بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة اليرموك
كلية الاقتصاد والعلوم الادارية
قسم الاقتصاد

دور القطاع السياحي والمرافق والخدمات السياحية في الاقتصاد الأردني: من وجهة نظر العاملين في القطاع

رسالة ماجستير

إعداد
قصي عمر صخور

إشراف
الدكتور أحمد ذياب الريموني

2006م

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة اليرموك

كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

قسم الاقتصاد

دور القطاع السياحي والمرافق والخدمات السياحية في الاقتصاد الأردني : "من وجهة نظر العاملين في القطاع"

إعداد

قصي عمر صقوري

بكالوريوس محاسبة- جامعة اربد الأهلية- 2003

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاقتصاد - جامعة اليرموك

لجنة المناقشة		التوقيع
الدكتور أحمد الريموني	مشرفا رئيسا	....
الأستاذ الدكتور حسين الطلافحة	عضوا	....
الأستاذ الدكتور رياض المومني	عضوا	....
الأستاذ الدكتور أحمد الشياب	عضوا	....

2006 م

الإهـداء

إلـى مـن ذلـل لـي الصعـوبات وهـون علـي الأمـور وحثنـي علـى المثابرة ..

والـدي العزيز

إلـى مـن أنـشأتـنـي منذ نعـومـة أظافـري وفـرشت لـي الأرض زهـورا ..

أمـي الغالية

إلـى مـن كانوا لي العون والنصير في فرحي وترحي .. في جدي واجتهادي ..

إخوتـي محمد .. مؤيد .. أمجد

إلـى قـرتا عيـنـي وهـواء نـفـسي ورفـيقـات دربـي وأنـيسـات وحدتـي ..

أخواتـي علا .. سجى

إلـى مـن غـادرنـا بـكـل هـدوء وتـرك فـي قـلـبـنـا شـوقـا لــه وحـنـيـن ..

طير الجنة .. أمجد

الشكر والتقدير

أجد لزاما علي أن أتقدم بالحمد والثناء إلى العلي القدير بمنه وكرمه وفضله علي أن وفقني لإتمام هذا الجهد المتواضع ويسر لي سبل العلم والمعرفة، عل وعسى أن يكون عونا لمن بعدي.

كما أتقدم بالشكر الجزيل للدكتور أحمد ذياب الريموني لتفضله بالإشراف على هذه الدراسة وتقديم النصح والإرشاد المتواصل ومنحي جل وقته وفيض علمه وسماحة تعامله معي، فله كل الاحترام والتقدير.

كما أتقدم بالشكر إلى الأستاذ الدكتور حسين الطلافحة والأستاذ الدكتور رياض المومني و الأستاذ الدكتور أحمد الشياب لتفضلهم بمناقشة هذه الدراسة.

كما أتقدم بالشكر إلى الأستاذ الدكتور رياض المومني والدكتور حسن النادر والدكتور رياض القاعود والسيد محمد التل لتفضلهم بتحكيم أداة الدراسة (الاستبانة).

وأتقدم بالشكر والتقدير والعرفان إلى أساتذتي الأفاضل أعضاء الهيئة التدريسية في قسم الاقتصاد/ جامعة اليرموك، لما قدموه لي من استزادة في العلم والمعرفة طوال سنين دراستي.

كما يسعدني أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى أخي محمد الذي أخذ على عاتقه مسؤولية توزيع الاستبيانات في منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، وإلى الصديق معتصم أبو ملوح الذي تكفل بتوزيع الاستبيانات في منطقة البحر الميت، وإلى العزيز زايد ابداح الذي تعهد بتوزيع الاستبيانات في العاصمة عمان، وإلى جميع من وقف معي لتقديم العون والمساعدة لإتمام عملية التوزيع.

كما أقدم الشكر والعرفان إلى الأستاذ إحسان أبو قاسم لتفضله بتدقيق الدراسة لغويا.

ولا يفوتني أن أتوجه بخالص الامتنان إلى زملائي في الدراسة على تشجيعهم المستمر ومد يد العون لي متى اقتضت الحاجة لذلك.

وإلى من فاتني شكرهم، أتقدم لهم بالشكر والعرفان

المحتوى

الموضوع	الصفحة

الفصل الثالث

واقع القطاع السياحي في الأردن

الفصل الرابع

تحليل بيانات الدراسة

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

قائمة الجداول

الملخص

صفوري، قصي عمر. دور القطاع السياحي والمرافق والخدمات السياحية في الاقتصاد الأردني : " من وجهة نظر العاملين في القطاع ". رسالة ماجستير بجامعة اليرموك. 2006 (المشرف: د. أحمد ذياب الريموني)

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور القطاع السياحي والمرافق والخدمات السياحية في الاقتصاد الأردني من خلال تحليل بيانات وآراء العاملين في وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر العاملة في الأردن وتحليل البيانات السياحية الرسمية لإبراز وتحديد الدور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي إلى الأردن ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين في مواقع الجذب السياحي. كما تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لآراء أفراد العينة حول محاور الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية لأفراد العينة.

وقد تكون مجتمع الدراسة من موظفي وزارة السياحة والآثار والموظفين الإداريين في قطاع الفنادق وموظفي وكالات السياحة والسفر في الأردن. وقد تم اختيار مركز الوزارة وجميع المديريات التابعة لوزارة السياحة والآثار في مختلف المحافظات، واعتماد نسبة (30 %) لكل فئة من الفئات الفندقية المصنفة من الدرجة الأولى وحتى الدرجة الخامسة البالغ عددها (198) فندقا ونسبة (30 %) من مجموع وكالات السياحة والسفر في المملكة البالغ عددها (431) وكالة بشكل عشوائي لغايات اختيار العينة من مجتمع الدراسة والتي بلغت (556) فردا تم توزيع الاستبيانات عليهم.

وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن القطاع السياحي يساهم برفد الميزانية الحكومية وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات الأردني وتأمين فرص عمل للعمالة الماهرة وغير الماهرة والتخفيض من معدل البطالة وتوفير العملات الصعبة اللازمة لتنفيذ برامج التنمية الاقتصادية. كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود معدلات عالية لمستوى الكثير من الخدمات السياحية المقدمة للسائحين في حين تعتبر الأماكن الأثرية في الأردن من أكثر العوامل جذبا للسائحين. كما أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة نحو محاور الدراسة والأداة ككل تعزى لأثر الجنس والعمر والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية والخبرة في مجال القطاع السياحي.

كما أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقات قوية بين محاور الدراسة (الدور الاقتصادي للقطاع السياحي، الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي، عوامل الجذب السياحي إلى الأردن، مستوى الخدمات المقدمة للسائحين) جاءت جميعها دالة إحصائيا عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$).

وعلى أثر هذه النتائج، توصي الدراسة بضرورة تنشيط الأماكن السياحية والمحافظة عليها، وتشجيع القوى العاملة المحلية للانخراط في العمل السياحي، وضرورة التخطيط المسبق للقطاع السياحي من قبل الجهات المختصة والجهات ذات العلاقة، والعمل على تنظيم القطاع السياحي من فنادق ومطاعم ومنتجعات.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الاقتصاد الأردني، الخدمات السياحية.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

The General Layout of Study

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة

يعد قطاع الصناعة السياحية في وقتنا الراهن من القطاعات الاقتصادية المهمة لدوره المؤثر في تخفيض نسب البطالة، نتيجة زيادة الإنفاق العالمي على الخدمات السياحية في العقود القليلة الماضية. لذا فقد تزايد الاهتمام العالمي بقطاع السياحة إلى الحد الذي جعل من هذا القطاع واحدا من أسرع القطاعات الاقتصادية نموا في الكثير من دول العالم النامية والمتقدمة. ويمكن القول في هذا السياق بأن صناعة السياحة أصبحت تشكل الصناعة الثانية في الاقتصاد العالمي من حيث المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، ومن حيث عدد المستخدمين، ورأس المال المستثمر فيها . كما يعد قطاع السياحة في الكثير من الدول واحدا من القطاعات الاقتصادية الرئيسة التي تساهم في تأمين تدفق العملات الصعبة اللازمة لتمويل برامج التنمية الاقتصادية.

في ظل تزايد الاهتمام بالصناعة السياحية، فإن المؤشرات تدل على أن صناعة السياحة ستحقق المزيد من التوسع والنمو، وستصبح مصدرا مهما من مصادر الدخل والتشغيل في كل من الدول النامية والدول المتقدمة. بالإضافة إلى ذلك، فإن أهمية السياحة لا تقتصر على هذا الدور وإنما تمتد أهميتها إلى كون العائدات السياحية لا يتحمل المنتج فيها التكاليف التقليدية المتمثلة بتكاليف التوزيع والنقل مما يزيد من القيمة المضافة فيها. كما أن صناعة السياحة تلعب دورا اجتماعيا وثقافيا وسياسيا وبيئيا، وتلعب دورا مهما في تقريب المفاهيم بين الثقافات الإنسانية المختلفة وزيادة الترابط السياسي بين الدول.

تعتبر صناعة السياحة في رأي الكثير من الاقتصاديين ظاهرة من الظواهر الاقتصادية الهامة في القرنين الماضي والحاضر، وإلى الحد الذي جعل بعضا من الباحثين يطلق على القرن العشرين بـ " قرن السياحة " والقرن الحادي والعشرين بـ " قرن الصناعة السياحية ". كما أن صناعة السياحة تختلف عن باقي الصناعات الوطنية من حيث آثار الاستثمار الأمامية والخلفية فيها ومن حيث طبيعة الموارد والهبات الطبيعية الخاصة بها، فصناعة السياحة تعتمد بشكل كبير على الموارد والهبات الطبيعية بحيث يؤثر الاستثمار فيها كما يتأثر بالتنمية المحلية وتنمية خصائص وسمات وموارد البيئة السياحية.

لذلك، فإن مستوى أداء الخدمات في القطاع السياحي يؤثر ويتأثر بمستوى أداء القطاعات الإنتاجية والخدمية ذات العلاقة مثل مرافق النقل، وشبكات الاتصال، وخدمات الكهرباء والمياه، وحتى القطاعات المنتجة الأخرى مثل القطاع الزراعي والصناعي، مما يعني أن هناك تأثرا و تأثيرا متبادلا بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الأخرى المختلفة.

1-1 مشكلة الدراسة

يلمس الباحث في مجال الدراسات الاقتصادية نقصا نسبيا في الدراسات المتعلقة بقطاع الصناعة السياحية، ويجيء هذا النقص من ميل النظرية الاقتصادية إلى التركيز على التنمية الاقتصادية في قطاعات الإنتاج السلعي مثل قطاعات الزراعة والصناعة والتجارة والتعدين. ولهذا فإن معظم الدراسات الاقتصادية السابقة تركز على أداء دور هذه القطاعات (الزراعة والصناعة والتجارة والموارد المعدنية) على اعتبار أنها المحفز الأهم في تحقيق النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية الاقتصادية ونمو الدخل الوطني. كما جرت العادة في معظم الأبحاث الاقتصادية على دمج دور القطاع السياحي في القطاعات الخدمية الأخرى. ولهذا فإن فصل وتحديد أثر الصناعة السياحية على الاقتصاد الوطني يعد أمرا صعبا بالنظر إلى أن معظم الباحثين والإحصائيين لا يتعاملون معه باعتباره قطاعا اقتصاديا منفصلا وإنما يتعاملون معه على أنه جزء من القطاعات الاقتصادية الأخرى ولا سيما الخدمية منها.

كما يمكن القول بشكل عام بأن الباحث قد وجد صعوبة كبيرة في الحصول على البيانات الإحصائية المباشرة حول دور القطاع السياحي وأثره على الناتج الوطني لأسباب تتعلق بالمشاكل الناشئة عن دمج وتداخل الإحصاءات السياحية وبياناتها مع بيانات القطاعات الاقتصادية الأخرى، مما يجبر الباحث على استخدام المؤشرات الاقتصادية من جهة واستخدام المتغيرات التقريبية (Proxy variables) من جهة أخرى.

2-1 أهمية الدراسة

تعتبر الأبحاث الاقتصادية السياحية التي تقوم بتحليل الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية لسلوك النشاط الإنساني المادي وغير المادي لصناعة السياحة من المواضيع الاقتصادية المهمة في وقتنا الراهن. ونظرا للأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة فقد اهتم الاقتصاديون بتوظيف ومواءمة وتطبيق النظرية الاقتصادية الكلية والجزئية، مثل نظرية العرض والطلب، ونظرية الهبات الطبيعية، ونظرية التكاليف المقارنة، ونظرية المنافع التكنولوجية، ونظرية المنافسة على اقتصاديات الصناعة السياحية. من هنا ظهرت الكثير من الأبحاث الاقتصادية النظرية والتطبيقية في الدول المتقدمة والنامية لمساعدة الدول على مواجهة المنافسة المتزايدة بينها فيما يتعلق بجذب السائحين وزيادة حصة كل منها. وقد ساعد التنافس القائم بين الدول على تطوير وابتكار البرامج السياحية الجديدة لزيادة الدخل السياحي فيها لدعم اقتصادياتها، وتفعيل مضاعف الإنفاق السياحي في ناتجها المحلي. كما زاد الاهتمام بالأبحاث السياحية بسبب قدرة القطاع السياحي على جذب رؤوس الأموال الخارجية وتوفير العملات الصعبة اللازمة لتنمية وتطوير البنية التحتية وزيادة الاستثمار في رأس المال البشري لتسريع التنمية الاقتصادية وتحقيق الاستقرار النسبي في ميزان المدفوعات.

ولهذا فإن دراسة القطاع السياحي في الأردن والذي تمتد آثاره الأمامية والخلفية إلى الكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى مثل قطاع النقل والإيواء والوكالات السياحية والعمالة والإدارة والتمويل والصحة وحتى القطاعات الزراعية والصناعية يعد موضوعا اقتصاديا حيويا ينبغي الاهتمام به.

كما تعد هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تقوم باستطلاع آراء موظفي القطاعين العام والخاص (في حدود علم الباحث) للوقوف بشكل واضح على دور القطاع السياحي والمرافق والخدمات السياحية في الاقتصاد الأردني.

1-3 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل بيانات وأراء العاملين في وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر في الأردن وتحليل البيانات السياحية الرسمية وذلك لإبراز وتحديد:

1) الدور الاقتصادي للقطاع السياحي.

2) الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي.

3) عوامل الجذب السياحي إلى الأردن.

4) مستوى الخدمات المقدمة للسائحين في مواقع الجذب السياحي في الأردن.

5) تحليل البيانات الديموغرافية للتعرف على مدى تأثير الصفات الشخصية للعاملين في وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر (وتشمل الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الخبرة في مجال القطاع السياحي) على تقييم دور القطاع السياحي وعوامل الجذب ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين في مواقع الجذب السياحي.

1-4 أسئلة الدراسة

تدور هذه الدراسة حول الإجابة على الأسئلة التالية:

1) ما الدور الاقتصادي للقطاع السياحي من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر؟

2) ما الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر؟

3) ما هي أكثر العوامل جذبا للسائحين إلى الأردن من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر؟

4) ما هو مستوى الخدمات المقدمة للسائحين من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر؟

5-1 فرضيات الدراسة

في ضوء أهداف الدراسة السابقة، تنطلق هذه الدراسة من خلال الفرضيات الرئيسة التالية:

1) هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات موظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو محاور الدراسة (الدور الاقتصادي للقطاع السياحي، الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي، عوامل الجذب السياحي إلى الأردن، مستوى الخدمات المقدمة للسائحين) تعزى للخصائص الشخصية لأفراد العينة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الخبرة في مجال القطاع السياحي).

2) هناك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي والدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي.

3) هناك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي إلى الأردن.

4) هناك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين.

5) هناك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي.

6) هناك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين.

7) هناك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين عوامل الجذب السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين.

6-1 منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة على منهجية التحليل التالية :

1) أسلوب الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة أسلوب التحليل الوصفي للمعلومات والبيانات المتوفرة في الكتب والأبحاث ذات العلاقة بموضوع البحث والاستعانة بنشرات البنك المركزي وبيانات وزارة السياحة والآثار. كما تعتمد هذه الدراسة الأسلوب الميداني في جمع البيانات من مجتمع الدراسة (موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر) باستخدام استبانة تم تصميمها لتحقيق أهداف الدراسة.

2) مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من موظفي وزارة السياحة والآثار والموظفين الإداريين في قطاع الفنادق وموظفي وكالات السياحة والسفر في الأردن، مع استثناء الموظفين العاملين في وزارة السياحة والآثار وقطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر ممن لا تربطهم صلة وظيفية مباشرة بقطاع السياحة مثل عمال الحراسة والنظافة. هذا ويتواجد في كل محافظة من محافظات المملكة مديرية تابعة لوزارة السياحة والآثار باستثناء العاصمة عمان التي يتواجد فيها مقر وزارة السياحة والآثار، كما يبلغ عدد فنادق المملكة (198) فندقا مقسما وفق تصنيف النجوم إلى (21) فندقا من فئة الخمس نجوم، (22) فندقا من فئة الأربع نجوم، (43) فندقا من فئة الثلاث نجوم، (49) فندقا من فئة النجمتين، (63) فندقا من فئة النجمة الواحدة، موزعة في مختلف مناطق المملكة، كما أن عدد وكالات السياحة والسفر تبلغ (431) وكالة سياحة وسفر موزعة ما بين عمان (365)، العقبة(26)، اربد (12)، البتراء (10)، الزرقاء (6)، البلقاء (2)، المفرق (2)، جرش (2)، الكرك (2)، مأدبا (1)، الرصيفة (1)، معان (1)، وادي رم (1) وذلك حتى نهاية عام (2005).

وقد تم اختيار مركز الوزارة وجميع المديريات التابعة لوزارة السياحة والآثار في مختلف المحافظات، واعتماد نسبة (30 %) لكل فئة من الفئات الفندقية المصنفة من الدرجة الأولى وحتى الدرجة الخامسة ونسبة (30 %) من مجموع وكالات السياحة والسفر العاملة في المملكة بشكل عشوائي لغايات اختيار العينة من مجتمع الدراسة.

وقد تم توزيع (700) استبانة في مختلف محافظات المملكة تم استرجاع (616) استبانة، وبذلك تكون نسبة الاسترجاع (88 %) وبعد مراجعتها تم استبعاد (60) استبانة لعدم صلاحيتها للتحليل نتيجة عدم اكتمال الإجابة عليها، وبذلك تكون مجموع الاستبيانات الصالحة للتحليل (556) استبانة أي ما نسبته (90 %) من الاستبيانات المستردة.

3) أداة الدراسة:

تم استخدام أداة الاستبانة المخصصة لأغراض هذه الدراسة لجمع المعلومات الميدانية اللازمة للتحليل، بعد أخذ الشروط العلمية اللازمة لتصميمها (انظر الملحق رقم 1). وتتكون الاستبانة من جزأين هما:

الجزء الأول: تضمن البيانات الشخصية لأفراد العينة من حيث الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الخبرة في مجال القطاع السياحي.

الجزء الثاني: تضمن هذا الجزء المحاور الرئيسة لأداة الدراسة وهي:

المحور الأول: يختص هذا المحور من الاستبانة بالدور الاقتصادي للقطاع السياحي ويتكون من (28) فقرة.

المحور الثاني: يختص هذا المحور من الاستبانة بالدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي، ويتكون من (17) فقرة موزعة ما بين (12) فقرة للدور الاجتماعي والثقافي وفقرتين للدور البيئي و (3) فقرات للدور السياسي.

المحور الثالث: يختص هذا المحور بعوامل الجذب السياحي إلى الأردن ويتكون من (15) فقرة.

المحور الرابع: يختص هذا المحور بمستوى الخدمات المقدمة للسائحين في مواقع الجذب السياحي ويتكون من(22) فقرة .

وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي وذلك لقياس أراء أفراد العينة بوضع إشارة (X) أسفل الإجابة التي تتفق مع اختيارهم سواء أكانت كبيرة جدا (5)، أم كبيرة (4) ، أم متوسطة (3) ، أم قليلة (2)، أم قليلة جدا (1) .

4) صدق الأداة وثباتها:

للتأكد من صدق محتوى أداة الدراسة بعد تصميمها قام الباحث بعرضها على المشرف على الدراسة، وعرضها على أربعة من المحكمين؛ اثنين من أعضاء هيئة التدريس في جامعة اليرموك / قسم الاقتصاد ، وثالث من المختصين في تصميم استبيانات العلوم الإنسانية والمهتمين بمناهج البحث العلمي، وآخر ذي مؤهل علمي في حقل السياحة والآثار.

كما قام الباحث بالإجراءات المنهجية المطلوبة للتحقق من صدق وصحة صياغة عبارات الاستبانة وذلك بتجربتها على عينة عشوائية شملت (10) موظفين من أفراد مجتمع الدراسة ومن ثم إخراج استبانة الدراسة في صورتها النهائية بعد إجراء التعديلات اللازمة من إضافة أو حذف أو تعديل.

أما درجة الثبات للأداة فقد تم إتباع القياس الإحصائي لقياس مدى ثبات الاستبانة وسلامة بناء الفقرات الخاصة بها وذلك باستخدام الاتساق الذاتي (طريقة كرونباخ ألفا) لقياس مدى ثبات أداة الدراسة، حيث بلغ معامل الاتساق الذاتي للمحور الأول (91 %) في حين بلغ للمحور الثاني (64 %) وللمحور الثالث (86 %) والرابع (94 %) ، في حين بلغ معامل الاتساق الذاتي للأداة ككل (94 %) كما يظهر في الجدول رقم (1-1).

كما تم احتساب مؤشر الصدق (Index Validity) لمحاور الدراسة والأداة ككل حيث يعتبر هذا المؤشر أقرب إلى كونه مؤشرا للصدق وذلك بطريق احتساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات للمحاور والأداة ككل {تم استخدام هذا الاختبار في دراسة الطائي، 2001}. وعلى هذا الأساس أصبح مؤشر الصدق (0.954) بالنسبة للمحور الأول و (0.80) للمحور الثاني و (0.927) للمحور الثالث و (0.969) للمحور الرابع، أما الأداة ككل فقد بلغ مؤشر الصدق فيها (0.969) وعليه أصبحت أداة الدراسة (الاستبانة) على درجة عالية من الصدق.

الجدول رقم (1-1)
معامل الاتساق الذاتي (كرونباخ ألفا) للمجالات وللأداة ككل

المحور	الاتساق الذاتي
الأول: الدور الاقتصادي للقطاع السياحي	0.91
الثاني: الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي	0.64
الثالث: عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	0.86
الرابع: مستوى الخدمات المقدمة للسائحين	0.94
الأداة ككل	0.94

5) أسلوب التحليل الإحصائي:

استخدمت الدراسة برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات التي تم جمعها من مجتمع الدراسة باستخراج التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص أفراد العينة ، إضافة إلى استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة الموافقة على فقرات الاستبانة. ولاختبار فرضيات الدراسة فقد تم استخدام اختبار " ت " (T-test) لمعرفة الفروقات في استجابات الفئات ذات المتغيرات الثنائية عند مستويات دلالة متباينة ومعامل ارتباط بيرسون للتأكد من معنوية التحليل.

لذا فقد تم تحويل الإجابات على مقياس القبول إلى الأعداد من (1) إلى (5) وفق درجة الاتفاق مع فقرات الأداة من " قليلة جدا " إلى " كبيرة جدا ". وقد تم تصنيف الإجابات في ثلاثة مستويات: عالية، متوسطة، منخفضة على أساس أن درجة " قليلة " هي درجة متوسطة ويقابلها العدد (3) وبذلك يكون المدى من (3.51 – 5) دالا على مستوى عال من القبول، والمدى من (2.51 – 3.5) دالا على مستوى قبول متوسط ، والمدى من (1 – 2.5) دالا على مستوى قبول منخفض {تم استخدام هذا التصنيف في دراسة سلوم بعنوان القطاع السياحي في الأردن – دراسة استطلاعية من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار،1998}.

1-7 تسلسل الدراسة

تتكون الدراسة من خمسة فصول. يتناول الفصل الأول مقدمة الدراسة وأهميتها وأهدافها وأسئلة وفرضيات الدراسة ومشكلة الدراسة ومنهجيتها. أما الفصل الثاني فيتناول المفاهيم المتعلقة بالسياحة والسائح والتطور التاريخي للسياحة بالإضافة إلى المدارس التي اهتمت بظاهرة السياحة والهيئات والمنظمات العاملة في مجال السياحة والسفر والتأثيرات المتعددة لقطاع السياحة وعوامل الجذب السياحي والخدمات السياحية والدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع. وخصص الفصل الثالث لإلقاء الضوء على واقع القطاع السياحي في الأردن مع إبراز دور الحكومة في هذا القطاع. ويتناول الفصل الرابع تحليل البيانات التي تم جمعها من أداة الدراسة. أما الفصل الخامس فيتضمن نتائج الدراسة والتوصيات المستمدة التي يمكن لأصحاب القرار أن ينتفعوا بها لأجل تطوير صناعة السياحة في الأردن.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

The Scope and Literature Review

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

مقدمة

مارس الإنسان ظاهرة السياحة والاستجمام منذ مدة طويلة من الزمن وكانت ظاهرة التنقل في العصور القديمة قليلة نسبيا وذلك لاقتصار السياحة والرحلات السياحية على طبقة الأغنياء والحكام، وبسبب استخدام وسائل النقل البدائية. أما في العصر الحديث فقد شهدت السياحة تطورا ملموسا لاسيما بعد الحرب العالمية الثانية، حيث بدأت النظم الاجتماعية تسعى لتحقيق الراحة والرفاهية والاستجمام للطبقة العاملة، بالإضافة إلى تحسن وسائل النقل وزيادة سرعتها وتوفر الأمن والاستقرار الناشئ عن بسط سيطرة الحكومات. ولهذا أصبحت السياحة ظاهرة اجتماعية تتوخى تحقيق المتعة النفسية والثقافية والاجتماعية، كما أصبحت وسيلة هامة لدعم اقتصاد الدول المتقدمة والنامية.

حققت السياحة الدولية نموا متسارعا منذ العقود الخمسة الماضية وتمكنت الدول النامية من الاستفادة بشكل متزايد من نمو السياحة العالمية الذي تحقق من النمو السريع في وسائل النقل البري والبحري والجوي مما شجع أصحاب القرار الاقتصادي والسياسي على دمج السياحة في خطط التنمية والاستثمار وزاد من اهتمامهم في تسويق المواقع السياحية الوطنية وترويجها داخليا وخارجيا لضمان دورها المساعد في عملية التنمية الاقتصادية.

لذا فقد أصبحت السياحة صناعة تصديرية تحتل مرتبة متقدمة بين الصناعات التصديرية المختلفة، حيث تأثرت بالتقدم العلمي والتكنولوجي الذي أدى إلى اتساع نطاقها وازدياد أهميتها إلى الحد الذي بدأت تلعب فيه دورا بارزا في دعم اقتصاديات الكثير من الدول، وقد أدى هذا الاهتمام بالعمل السياحي إلى تذليل المشاكل والصعوبات التي تعوق تطور الحركة السياحية لتعظيم عوائدها الاقتصادية وزيادة قدرتها التنافسية على المستوى الإقليمي والعالمي، الأمر الذي زاد المنافسة بين الدول وجعل من الالتزام بالقواعد والأسس والنظريات والمعايير العلمية الحديثة في دراسة وممارسة الأنشطة السياحية حتمية يفرضها واقع هذه المنافسة.

اولا: الإطار النظري

1-2 مفهوم السياحة

بذل المهتمون محاولات عديدة لتحديد مفهوم مستقل يغطي الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية للسياحة. وفي هذا الإطار أكد العالم الألماني جوير فرويلر (Freuller,1905) على أن السياحة ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة. وهذا يعني أن الباحث قد ركز على العامل النفسي المتعلق بالسياحة والسفر. (توفيق،1997)

وانطلاقا من البعد الاقتصادي قدم العالم الاقتصادي النمساوي فون شوليرن (Sholleron,1910) السياحة على أنها عبارة عن التفاعل الاقتصادي المباشر وغير المباشر الناتج عن وصول السائحين إلى دولة معينة تقوم بتوفير الخدمات السياحية التي يحتاجون إليها لإشباع احتياجاتهم المختلفة خلال مدة الإقامة. (الزوكة،1999)

وفي مقابل ذلك عرف جلاكسمان السويسري (Glucksman,1935) السياحة على أنها مجموعة من العلاقات المتبادلة الناشئة بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان. (توفيق،1997)

وقال ليفيه نيزارول (Nezarol,1938) بأن السياحة بمعناها الحديث عبارة عن جميع الأنشطة غير المحققة للربح التي يقوم بها الإنسان بعيدا عن مقر إقامته المعتاد. (الجلاد،2000)

وفي عام(1942) قدم الأستاذان السويسريان هنزكر وكرافت (Henzker &Kraft) تعريفا آخر للسياحة إلى الجمعية الدولية للخبراء العلميين في السياحة على أنها مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة سفر وإقامة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور. (الروبي،1990)

أما دوافع السائحين على الانتقال من مكان إلى آخر، فقد قال مسيو دي ماير (1952) بأن السياحة عبارة عن مجموعة التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها والناتجة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقا لرغبة الانطلاق الكامنة في كل فرد. (الحميدي،1968)

أما بيتر جريج (Grage,1970) فقد أكد على أن السياحة نشاط شديد الحساسية نتيجة تدخل العوامل السياسية في ظل السيطرة الحكومية السائدة للدولة المضيفة. مما يعني اهتمام هذا التعريف بالبعد السياسي وآثاره المباشرة على نمط السياحة في البلاد المضيفة. (Grage,1970)

وعرف بيرس (Pearce,1981) السياحة على أنها ظاهرة تتبعها مجموعة علاقات قائمة على الرحلات والإقامة المؤقتة للمسافرين؛ للحصول على المتعة والترفيه في مدة الإقامة التي تتراوح ما بين أربع ليال على الأقل للسياحة الداخلية و(24) ساعة على الأقل للسياحة الدولية. ويلاحظ من هذا التعريف الاهتمام بفترة الإقامة المتعلقة بالسياحة الداخلية والدولية. (Pearce,1981)

وفي كتابه السياحة وأوقات الفراغ عرف لانوت (Lanot) السياحة بأنها مجموعة من العلاقات السلمية والرياضية الناتجة عن الاتصال بين الأشخاص الذين يزورون مكانا ما ويزورون سكانه لأسباب أخرى غير الأسباب المتعلقة بالمهن. (الظاهر وإلياس، 2001)

ويعرف كل من سور بروك و هورنر (Swarbroke,Horner,1999) السياحة بأنها انتقال الناس للأماكن البعيدة عن أماكن الإقامة المعتادة والقيام بأنشطة لإشباع رغباتهم ويمكن أن يتضمن ذلك السفر وأغراض العمل. (Swarbroke,Horner,1999)

كما تبنت الرفاعي (1993) تعريفا للسياحة بأنها تعامل اجتماعي يعتبر بمثابة مجال للدراسات الأنثروبولوجية بحيث توجه الفرد إلى التعامل مع مجموعة من الطبقات ممن هم من ذوي الثقافات المختلفة. (الرفاعي،1993)

أما الخضيري (1989) فقد عرف السياحة على أنها ذلك النشاط الاقتصادي الذي يؤدي إلى انتقال الأفراد من مكان إلى آخر لفترة من الزمن لا تقل عن (24) ساعة ولا تصل إلى الإقامة الدائمة. (الخضيري،1989)

ووفق تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة فهي تعبير يطلق على الرحلات الترفيهية ومجموعة الأنشطة الإنسانية الموجهة لتحقيق هذا النوع من الرحلات واعتبارها صناعة تتعاون فيما بينها لإشباع حاجات ورغبات السائحين. (عبد العظيم،1996)

وخلاصة القول أن السياحة عبارة عن عملية منظمة تفيد انتقال الأفراد من مواطنهم الأصلية إلى أماكن أخرى للحصول على أكبر قدر ممكن من المتعة وبناء العلاقات الاجتماعية مع مواطني الدولة المضيفة.

2-2 مفهوم السائح

تأتي ضرورة تعريف السائح لأهمية ذلك في الإحصاءات السياحية لحصر أعداد السائحين من الدول التي قدموا منها. وقد عرف الباحث الإنجليزي (أوجلفي) السائحين بأنهم جميع الأشخاص الذين يتوفر فيهم الشرطين التاليين: الأول انتقالهم من مواطنهم الأصلية لمدة تقل عن سنة واحدة ، والثاني الإنفاق في المناطق التي يقيمون فيها أموالا لم يكسبوها من تلك المناطق. (كامل،1975)

ويعرف قاموس أكسفورد السائح على أنه " الشخص الذي يقوم برحلة - أو رحلات- بغرض الترويح والتثقيف أو من أجل الاهتمامات الخاصة، أو لكون منطقة الاستقبال مفضلة لديه". (عبد الحكيم والديب، 2001)

في حين يرى مؤتمر الأمم المتحدة الخاص بالتسهيلات الحركية للسفر (1954) بأن السائح هو أي شخص بدون تمييز لعنصر أو جنس أو لغة أو دين يدخل منطقة دولة تكون طرفا في اتفاقية Contracting State غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها بحيث يبقى لفترة لا تقل عن (24) ساعة ولا تزيد عن (6) شهور لأغراض مشروعة غير الهجرة كالترفيه أو الصحة أو لأسباب عائلية. (الجلاد،2000)

لقد أدرجت لجنة خبراء السياحة في مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين الذي عقد في روما (1963) تعريفا للسائح بأنه " الشخص الذي يزور بلدا غير البلد الذي يقيم فيه على وجه الاعتياد لأي سبب من الأسباب من غير قبول وظيفة بأجر في الدولة التي يزورها". (توفيق،1997)

وخلاصة القول أن السائح هو الشخص الذي يقيم خارج موطنه المعتمد مدة تزيد عن (24) ساعة لأسباب لا يكون الهدف من ورائها ماديا.

3-2 التطور التاريخي للسياحة

تعتبر السياحة ذات تاريخ ممتد تصل جذورها إلى الإنسان البدائي، فمنذ القدم والأفراد والجماعات ترتحل من مكان إلى آخر مع اختلاف الدوافع وراء الارتحال كالبحث عن الطعام أو المأوى أو الحصول على حياة أفضل. ومع بدايتها البسيطة إلا أن ظاهرة السياحة تحولت فيما بعد إلى ظاهرة القرن وأسست لها قواعد ومنظمات وأصبحت علما مستقلا بحد ذاته قائما على نظريات علمية تدرس في جميع أنحاء العالم.

اتسمت مرحلة العصور البدائية الأولى بعدم وجود الدول والحكومات والجيوش وافتقارها للأنظمة والقوانين والعلوم واعتماد الإنسان على ذاته في التنقل إضافة إلى عدم توفر الأمن وعدم الاهتمام بعامل الوقت. ولقد كان من أهم ميزات الترحال في هذه المرحلة عدم وجود طرق سالكة تساعد الإنسان في الانتقال إلى مناطق متعددة، حيث كان الإنسان يستعين بجذوع الأشجار لعبور الأنهار. أما مرحلة العصور القديمة فقد بدأت مع نشوء حضارة بلاد الرافدين وحضارة الفراعنة في عام (5000) قبل الميلاد، وامتدت حتى انتهاء الدولة الرومانية بسقوطها في أواخر القرن الرابع الميلادي. ومع نشوء الحضارات والدول في تلك الحقبة الزمنية ساهم ذلك في ظهور ظاهرة السياحة التي تحولت من ظاهرة تحكمها قوانين الطبيعة إلى ظاهرة تحكمها قوانين الدولة التي تم من خلالها رسم الحدود بين الدول وإصدار قوانين تفرض على السائحين احترامها. كما ظهرت النقود والمعاملات التجارية بين الدول ونتيجة لذلك ظهرت الملكية الفردية والأديان والمعتقدات الدينية إضافة إلى تطور وسائل النقل والمواصلات التي ازدهرت فيها استخدام السفن الشراعية. وقد كان الإنسان في تلك المرحلة تحركه دوافع غريزية ترتكز على الدافع التجاري والديني والرياضي وحب الاستطلاع والمتعة والعلاج. (الحوري والدباغ،2001)

بدأت مرحلة العصور الوسطى بسقوط الإمبراطورية الرومانية (عام 359م) واستمرت حتى القرن الخامس عشر حيث كان لسقوطها الأثر السلبي باتجاه أوروبا التي تحولت إلى مجموعات من الإقطاعيين من أصحاب النفوذ والسلطة، مما أدى إلى شيوع الفوضى، وزوال الأمن، واندثار المدن التي لها دور بارز في حركة الرحلات إلى أن ظهرت الدولة البيزنطية، التي أصبحت رائدة في المجال التجاري بتحول التجار إلى بيزنطة، الأمر الذي انعكس بدوره إيجاباً على أوروبا خصوصا بعد تطور وسائل النقل بظهور المراكب الشراعية. أما الدول العربية، فقد أصبحت مركزا فكريا وكان لهم الإسهام البارز في وضع الأسس الأولى لفروع السياحة والسفر، حيث اشتهرت في تلك المرحلة مدينتي بغداد وقرطبة باعتبارهما مركزا ثقافيا لاستقطاب طلبة العلم. (الحوري والدباغ،2001)

بظهور عصر النهضة، وانتهاء نفوذ الإقطاعيين في أوروبا، وظهور الرأسمالية الحديثة في القرن الخامس عشر الميلادي وحتى قيام الثورة الصناعية، ظهرت اختراعات أدت إلى دعم حركة السفر مثل البوصلة والمنظار مما ساهم في اكتشاف بلاد ما وراء المحيط. وقد كانت دوافع المغامرة والاستكشاف وحب الشهرة من الدوافع الرئيسة للسياحة. كما أسست العديد من الجامعات العلمية أشهرها جامعة أكسفورد وجامعة كامبردج. وفي هذه المرحلة ساهم الدافع الديني من خلال تطور

فكرة الحج عند المسيحيين في تطور ظاهرة السفر على الرغم من أن الدور الواضح الذي لعبه العرب المسلمون المسيطرون على العتبات المقدسة في فلسطين كان له الأثر الأكبر في الإسهام بنشر ظاهرة الحج في تلك المرحلة وتطور الوعي لدى الأفراد للقيام بعملية السفر.

لتبدأ مرحلة ما بعد الثورة الصناعية، التي سميت عصر سياحة الأغنياء أو سياحة الطبقة الواحدة، التي تمتد من قيام الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر الميلادي حتى نهاية الحرب العالمية الثانية عام (1945م). حيث ساهمت الثورة الصناعية في تطورات كبيرة في مختلف المجالات كان من بينها حركة السياحة والسفر، حيث تطورت وسائل النقل كنتيجة للثورة الصناعية، فضلا عن تطور القطاع الصناعي الذي أدى إلى رفع مستوى النمو الاقتصادي إضافة إلى ارتفاع مستوى دخل الأفراد والمستوى المعيشي لهم. كما ظهر ولأول مرة التمييز بين وقت العمل ووقت الفراغ . وفي عصر ما بعد الثورة الصناعية ظهر الوجود الأول للفظ السياحة بالمعنى المباشر بحيث تمثلت دوافع السفر بالأغراض السياحية البحتة وانتشار حركة السياحة بين الطبقات الثرية واقتصار أعداد المسافرين على هذه الطبقات. (الحوري والدباغ،2001)

وفي العصر الحديث (عصر السياحة الجماعية) الذي بدأ مع انتهاء الحرب العالمية الثانية وحتى وقتنا الحاضر، والذي اتسم بارتفاع مستوى دخل الأفراد، وازدياد النمو السكاني، وما رافق ذلك من تطورات هائلة في قطاع النقل، والاتصالات وصناعة السيارات، تطورت الحركة العمالية في العالم بإنشاء النقابات العمالية والاتحادات التي برز دورها في توفير الإجازات السنوية للطبقة العاملة لإيجاد أوقات الفراغ واستثمارها في السياحة والسفر. وبتطور ظاهرة السياحة في هذه المرحلة، تطورت كذلك دوافع السفر وتنوعت الأنشطة السياحية لتشمل السياحة الترفيهية والرياضية والثقافية و الدينية... الخ. كذلك تميزت السياحة في العصر الحديث بزيادة الاهتمام بالطبقة العاملة لاتساع أعداد المنتسبين إليها وعدم اقتصار السياحة والسفر على طبقة الأثرياء. ومع ازدياد أعداد المساهمين في الحركة السياحية من مختلف الطبقات أدى ذلك إلى انخفاض تكاليف السفر لتلائم إمكانيات الطبقات المتنوعة وإنشاء وكالات السياحة والسفر. (الحوري والدباغ،2001)

ولقد أصبحت السياحة في هذه المرحلة علما مستقلا بحد ذاته أنشئت لأجله المدارس والمعاهد والجامعات المتخصصة لتدريسه، حيث وصل عدد الكليات والمعاهد التي تعنى بظاهرة السياحة نحو (1000) جامعة وكلية على مستوى العالم، ففي أمريكا نحو (195) جامعة للدراسات السياحية والفندقية، وفي كوريا الجنوبية نحو (57)، وفي بريطانيا نحو (45)، وفي إيطاليا نحو (35)، وفي أستراليا نحو (15)، إضافة إلى مراكز التدريب التي لا حصر لها. (السيسي،2000)

2-4 المدارس التي تعنى بظاهرة السياحة حول العالم

على الرغم من التقاء اتجاهات المدارس السياحية في مصب مشترك من حيث الطابع العام والالتقاء بنقاط جوهرية ثابتة كالطابع الاقتصادي في السياحة والطابع الديناميكي للحركة السياحية والطابع الثقافي والعلمي والاجتماعي والإنساني إلا أن هناك اجتهادات سياحية ووجهات نظر في العديد من الدول حول الاتجاهات السياحية؛

فالمدرسة السويسرية التي يمثلها هونزيكر(Hunziker) وكاسبار(Kaspar) تركز في مضمونها على إعطاء الأهمية لوسائل النقل السياحي باعتبارها المظهر الخارجي للسياحة بحيث يؤثر كل منهما بالآخر ويتأثر به. (دعبس،2003)

أما المدرسة الفرنسية التي يمثلها ميشيل بربيه (Michele Berrier) فقد تناولت موضوع السياحة من الناحية الجغرافية حيث تعتقد هذه المدرسة بأن التجهيز السياحي لمنطقة معينة وقدرة هذه المنطقة لاستيعاب السائحين له علاقة وطيدة بجغرافية المنطقة. (دعبس،2003)

في حين ركزت المدرسة اليوغسلافية التي يمثلها زيفادين جوفيسيتش (Zivadin Jovicic) على الحركات السياحية التي تشمل العناصر المكانية (مثل الموقع والمنطقة الجغرافية ووسائل الاتصال) والعناصر الوظيفية (مثل السفر والإقامة) والعناصر الترفيهية (مثل الراحة والاستجمام والإثارة) والعناصر الثقافية (مثل العادات والتقاليد والصناعات المحلية). (دعبس،2003)

أما المدرسة الإسبانية فقد عني المهتمون بالقطاع السياحي والمنتمين إلى هذه المدرسة من أمثال ليبيرال (Liberal) بالاتجاهات المتعددة لظاهرة السياحة وقاموا بتصنيفها بالاعتماد على المنطقة الجغرافية ومزايا الحركة السياحية وطبيعة الموسم السياحي والأهداف من وراء القيام بالسياحة والخصائص الاجتماعية والاقتصادية للطلب السياحي. (كامل، 1975)

وتميل المدرسة النمساوية التي يمثلها بيرنيكر (Bernacker) إلى التفرقة بين أنماط السياحة وأشكالها، فأنماط السياحة تنتج من خلال الأهداف والأغراض التي يقصدها السائح من وراء زيارته وتتمثل بالعامل المعنوي. أما أشكال السياحة فتمثلت بالموطن الأصلي للسائح ومدة الإقامة وعدد السائحين وطبيعة وسائل المواصلات. (كامل، 1975)

أما المدرسة الإنجليزية التي يمثلها الخبير السياحي ليكورش (Lechorch) فيرى بأن السياحة اقتصاد يمكن تسميتها " صناعة السياحة " باعتبارها جزءا من الاقتصاد الوطني. (الكتاني، 1990)

5-2 أنماط السياحة ودوافعها

يعتبر الإنفاق السياحي على السلع والخدمات عاملا مؤثرا في اقتصاد البلد المضيف ، ولهذا فإن من الضروري معرفة رغبات وحاجات السائحين من السلع والخدمات ونمط الإنفاق المتبع من قبلهم حتى يتسنى للحكومات مضاعفة العائد المثالي من السياحة وتقليل الآثار السلبية لها.

ومن الجدير بالذكر، بأن هناك ثلاثة أنماط من السياحة هي:

- السياحة الدولية: وهي التي تشير إلى القادمين من خارج المنطقة التي يقع فيها البلد المضيف.
- السياحة الإقليمية : وتشير إلى القادمين من دول المنطقة كما هو الحال بالنسبة للسياح العرب القادمين إلى الأردن.
- السياحة الداخلية : وتشير إلى السياحة داخل حدود البلد الواحد بحيث يكون الهدف الأساسي منها هو الاستجمام والراحة وقضاء الإجازات مثل زيارة المواقع السياحية المختلفة داخل الأردن كالعقبة وجرش مثلا. (مقابلة والحاج ديب،2000)

أما فيما يتعلق بدافع السياحة والسفر في عصرنا الحاضر فهي:

1) دوافع تاريخية وتعليمية، مثل مشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية ومشاهدة بعض الأحداث المهمة وحضور المهرجانات الثقافية والإطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على ثقافاتهم وأنماط حياتهم.
2) دوافع دينية، كالسفر بدافع الحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة والفاتيكان إضافة إلى زيارة الأماكن الدينية المقدسة وأضرحة الصحابة.
3) دوافع الاستجمام والترفيه، حيث الانتقال المؤقت من أجواء العمل الروتينية للاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة طلبا للترفيه عن النفس.
4) دوافع صحية، حيث يقوم البعض بالسفر لأغراض العلاج والمداواة والنقاهة والاسترخاء.
5) دوافع اقتصادية، مثل السفر لغرض إتمام صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال.
6) دوافع رياضية، ويكون السفر فيها لأغراض المشاهدة أو المشاركة في الفعاليات الرياضية. (سمارة،2001)

6-2 الهيئات والمنظمات العاملة في مجال السياحة والسفر

السياحة عبارة عن نشاط إنساني يعبر عن حركة انتقال الأفراد والأموال من مكان إلى أخر لأغراض متعددة. وقد أخذت أعداد السائحين بالتضاعف واتسعت السوق السياحية لتشمل كافة بقاع العالم. لأجل ذلك أدى هذا التطور الكبير في مجال السياحة العالمية إلى البحث عن نظام علاقات دولية منظمة لغرض التنسيق فيما بينها في مجال التخطيط والبحوث والتسويق العالمي للسياحة وفي هذا حققت هيئة الأمم المتحدة منجزات بارزة بالنسبة للسياحة منها :

- الدعوة عام (1954م) لعقد مؤتمر دولي للشؤون الجمركية وعلاقاتها بالسياحة.
- مؤتمر هيئة الأمم المتحدة عام (1963م) في روما لمعالجة موضوع السياحة والسفر في العالم.
- التوصية عام (1966م) بإنشاء تعاون مستمر بين هيئة الأمم المتحدة والأيوتو، وبدء تقديم المساعدات في المجال السياحي للدول النامية .
- التوصية عام (1970م) إلى جميع الحكومات للموافقة على فكرة تحول الأيوتو إلى المنظمة العالمية للسياحة. (أبو رباح،1975)

ومما يجدر ذكره، بأن الاعتراف بالسياحة كنشاط دولي تحقق عندما أعلنت الجمعية العامة للأمم المتحدة في إحدى قراراتها في الدورة الحادية والعشرين بتاريخ (1966/11/4م) أن عام (1967م) هو عام السياحة الدولية وذلك تأكيدا على أهمية السياحة الدولية في المجالات التالية:

1) تدعيم التفاهم بين شعوب العالم.
2) الدعوة إلى الاهتمام بالتراث الحضاري في العالم.
3) زيادة التعارف بين القيم الثقافية المختلفة. (سمارة، 2001)

ومن بين المنظمات والهيئات الدولية العاملة في مجال السياحة والسفر:

<u>أولا: المنظمات الحكومية:</u> ومن هذه المنظمات:

1) منظمة السياحة العالمية (W.T.O) World Tourism Organization

أنشأت هذه المنظمة في (2 يناير 1975م) ومقرها مدريد. ومن أهدافها الرئيسة العمل على تنشيط ودعم وتنمية السياحة وعمل الإحصائيات السياحية المتعلقة بالدول الأعضاء وإنشاء المعاهد السياحية والفندقية وتطوير واستحداث مناطق الجذب السياحي وتنظيم الندوات والدراسات التي تهتم بالتسويق والترويج للأنشطة السياحية المتنوعة. (لطيف، 1994)

2) اتحاد النقل الجوي الدولي (I.A.T.A)
International Air Transportation Association

مقر الاتحاد في مدينة مونتريال. ويهدف إلى تنمية اقتصاديات خطوط النقل الجوي ووضع قواعد المنافسة الدولية في مجال الخدمة الجوية من خلال توحيد أسعار السفر وشحن الأمتعة والبضائع وإيجاد نظام غرف المقاصة لتسوية استحقاقات شركات الطيران مع بعضها البعض وتوحيد الشروط والقواعد الخاصة بسندات حركة الأفراد وتذاكر السفر إضافة إلى ترويج السفر العالمي الجوي والأمان الجوي. (سمارة، 2001)

3) الاتحاد الدولي لوكالات السفر (F.I.A.F)

تأسس عام (1925م) ومركزه الحالي مدينة بروكسل (بلجيكا). ويبلغ عدد أعضائه (1500) عضو حيث كان الغرض من إنشائه دراسة وتسهيل حركة السياحة والسفر بين الدول والعمل على ازدهار حركة السفر بكافة وسائل النقل والعمل على تجميع الهيئات السياحية المختلفة بغية الوصول إلى تنسيق الجهود وتبسيط إجراءات التنفيذ اللازمة لازدهار حركة السياحة والسفر والحصول على مستوى دولي للاعتراف بمهنة وكيل السفر. (الحميدي، 1968)

<u>ثانيا: المنظمات غير الحكومية</u>: ومن هذه المنظمات:

1) الأكاديمية الدولية للسياحة (I.A.T) International Academy of Tourism

تأسست عام (1951م) ومقرها مونت كارلو (إمارة موناكو). وتضم (40) عضوا عاملا مختارين من الشخصيات المعروفة في عالم السياحة والأدب إضافة إلى عدد غير محدود من الأعضاء المراسلين والخبراء وأعضاء الشرف. ومن أهدافها توحيد المصطلحات السياحية ونشر قاموس لهذه المصطلحات بسبع لغات هي الفرنسية والإنجليزية والتركية والإيطالية والبولونية والسويدية والألمانية. كما تصدر المنظمة مجلة " الأكاديمية العالمية للسياحة " كل ثلاثة شهور. (أبو رباح، 1975)

2) الجمعية الأمريكية لوكلاء السياحة (A.S.T.A) American Society of Travel Agents

أنشأت في عام (1930م) بمدينة نيويورك. وتعتبر أكبر جمعية عالمية تعنى بشؤون وكلاء السفر في العالم والتي كان ينحصر نشاطها في شركات السياحة بالولايات المتحدة الأمريكية ثم امتد إلى خارج الولايات المتحدة حتى أصبح عدد الأعضاء العاملين فيها وغير المقيمين والمنتسبين حوالي (7000) عضو. ويجتمع المؤتمر العالمي الذي تعقده (الأستا) عادة في شهر تشرين أول (أكتوبر) من كل عام بحيث يتم مرة داخل الولايات المتحدة والسنة التي تليها خارجها. ومن أهدافها تنسيق عمل وكلاء السفر وربط النقل البري والبحري والجوي مع الخدمات السياحية المساندة الأخرى. وللهيئة مجلة شهرية يطلق عليها Asta Travel News . (الحميدي،1968)

ثالثا: المنظمات السياحية الرئيسة على المستوى العربي: ومن هذه المنظمات:

1) الاتحاد العربي للسياحة (A.I.T.U) Arab International Tourist Union

تأسس عام (1954م) باعتباره منظمة عربية تجمع مصالح السياحة الحكومية في البلاد العربية في الأردن ومصر وسوريا ولبنان وتونس والسودان والعراق وليبيا والكويت والمغرب بحيث يجتمع المؤتمر كل عام في إحدى عواصم الدول العربية لدراسة الموضوعات التي تتعلق بالسياحة في هذه الدول ولتنشيط السياحة فيها وتزويد الأعضاء بالإحصائيات السياحية والدراسات الفنية والدورية وتوفير الخبرة الفنية مع الاهتمام بالتدريب ورفع كفاءة العاملين بالسياحة. (الحميدي،1968)

2) اتحاد منظمات مكاتب السياحة والسفر العربية (A.A.T.T.A)
Arab Association of Tourism and Travel Agents

يضم هذا الاتحاد قطاع وكالات السياحة والسفر في البلاد العربية ومركزه بيروت (لبنان). ويهدف إلى دعم ورعاية مصالح الأعضاء والسعي لتنمية تعاونهم محليا ودوليا وتوثيق العلاقة بين العاملين في حقل السياحة والسفر وتنشيط صناعة السياحة والسفر وتوفير ما أمكن من حرية وحماية لهذه الصناعة في الدول العربية لتأخذ مكانها المناسب في الاقتصاد السياحي الدولي. (أبو رباح،1975)

3) الاتحاد العربي للفنادق (A.U.H) Arabian Union Hotels

مقره القاهرة. ويهدف إلى رعاية مصالح الفنادق والمطاعم في الدول العربية وتحقيق التعاون بين المنظمات على اختلاف مستوياتها وأصحاب الفنادق والمطاعم، إضافة إلى رفع مستوى هذه الصناعة وتبادل الخبرات والمهارات والمعلومات. (سمارة، 2001)

7-2 التأثيرات المتعددة لقطاع السياحة

يؤدي القيام بالعملية السياحية (سواء كانت أنشطة أو برامج سياحية منظمة) إلى حدوث تغيرات ملموسة في حياة الأفراد والجماعات، كما تؤدي إلى حدوث تأثيرات مختلفة على المجتمع في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية حتى تصل إلى تأثيرات نفسية على الأفراد؛ ذلك أن القادمين من أماكن بعيدة للقيام بزيارة دول أخرى يعودون إلى مواطنهم الأصلية بأنماط حياة مختلفة تؤدي إلى ممارسات جديدة على سلوكياتهم التي تم اكتسابها من خلال رحلاتهم.

1-7-2 التأثيرات الاقتصادية لقطاع السياحة:

يعتبر قطاع السياحة نسبيا من أكبر القطاعات الاقتصادية نموا في العالم حيث يرى البعض بأن السياحة قادرة على تحقيق النمو الاقتصادي وخاصة في الدول النامية التي تعاني من نقص الموارد الاقتصادية. وترى مثل هذه الدول في السياحة القطاع الذي يمكن من خلاله وبسهولة حل مشكلة ميزان المدفوعات وتشغيل القوى البشرية والتأثير الايجابي المباشر وغير المباشر على النشاطات الاقتصادية الأخرى. ومن الخصائص الاقتصادية للسياحة أنها صناعة تصديرية غير منظورة ترتبط باستثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة باعتبارها نشاطا اقتصاديا متسارعا خصوصا فيما يتعلق بالدخل والاستخدام السياحي، كما تعد سوقا غير مستقر بسبب صعوبة التنبؤ بالتأثيرات الخارجية التي تصدر عن اتجاهات السائحين. ومن المعلوم أن الآثار الاقتصادية التي تنتج من العملية السياحية تنقسم إلى قسمين هما الآثار الاقتصادية المباشرة التي تتمثل بعمليات الإنفاق الفعلي على العملية السياحية من خلال وسائل النقل والمواصلات وأمكنة الإيواء والطعام والشراب والآثار الاقتصادية غير المباشرة المتعلقة بالأنشطة والخدمات المتداخلة مع قطاع السياحة.

ولقد تركزت الدراسات والأبحاث على دراسة التأثير الاقتصادي للسياحة دون الاهتمام بالتأثيرات الأخرى لعدة عوامل منها:

1) سهولة قياس التأثيرات الاقتصادية مقارنة مع صعوبة قياس التأثيرات الاجتماعية.

2) عادة ما تكون البيانات والمعلومات الاقتصادية عن النشاط السياحي متاحة بينما لا توجد مثل هذه البيانات والمعلومات عن النواحي الاجتماعية للظاهرة السياحية.

3) اهتمام المستثمرين بالمعلومات والبيانات الاقتصادية في قطاع السياحة دون النظر إلى النواحي الأخرى. (الروبي،1987)

1-1-7-2 التأثيرات الاقتصادية المباشرة لقطاع السياحة:

تعتبر السياحة مصدرا مهما من مصادر العملات الصعبة التي تؤثر على ميزان المدفوعات الذي يعرف على أنه " سجل يبين كافة المعاملات الاقتصادية التي تتم بين المقيمين في دولة ما وغير المقيمين فيها خلال فترة زمنية ما هي في العادة سنة " (البنا،1998). وتنقسم آثار السياحة على ميزان المدفوعات وفق آيري (Airey, 1978) إلى ثلاثة أقسام هي: الآثار الأولية أو المباشرة، التي تتمثل في مستوى حجم الإنفاق السياحي من قبل السائحين داخل الدولة المضيفة، والآثار الثانوية التي تتمثل بالأموال التي ينفقها السائحون بشكل غير مباشر في قطاع الأعمال والأجور والخدمات، في حين تشكل تحركات النقد التي تتم من خلال الإنفاق المباشر للسائح على شراء السلع في مناطق الاستقبال آثارا أخرى (عبد الحكيم والديب، 2001).

يعتبر القطاع السياحي في وقتنا الراهن جزءا لا يتجزأ من قطاعات الاقتصاد الوطني حيث يشكل دورا فعالا في تكوين وتحديد حجم الناتج الوطني. ويمكن تقدير أثر السياحة على الاقتصاد من خلال معالجة العلاقة بينها وبين إجمالي الناتج الوطني، حيث يرى البعض بأن إجمالي الناتج الوطني يمثل أحد المقاييس المهمة للآثار الناجمة عن السياحة من خلال التوصل إلى تقدير إنفاق الزائرين على السياحة الداخلية والخارجية بالأسعار الجارية بعد خصم تكاليف شراء السلع والخدمات في قطاع السياحة. ويعتبر الإنفاق السياحي العامل الأول في تحديد أثر السياحة على الدخل الوطني والذي يعبر عن ما ينفقه السائح مقابل الإقامة ومختلف الخدمات التي توفر له والهدايا التذكارية التي يقوم بشرائها، علما بأن الإنفاق السياحي لا يتم بكامله داخل حدود الدولة المضيفة حيث يتم تسديد قيمة بعض عناصر الإنفاق من خارج حدود الدولة مثل تذاكر السفر. ويبرز أثر السياحة على إجمالي الناتج الوطني من خلال إحداث تحولات لبعض الأنشطة التقليدية التي تساهم في دعم البناء

الاقتصادي للمجتمع ورفد الميزانية الحكومية بالأموال عن طريق الإيرادات المتحققة للمنشآت السياحية التابعة للقطاع العام والإيرادات المتحققة للحكومة من حصتها في القطاع السياحي المختلط.

ويبرز تأثير السياحة على القوى العاملة من خلال اجتذاب السياحة جانبا من الأيدي العاملة للاشتغال في مرافقها بصورة مباشرة كالعمل في إدارات ودوائر السياحة، وقطاع الفنادق، والشركات السياحية، أو بشكل غير مباشر كالعمل في المعامل الخاصة بالتحف، والتذكارات السياحية، ومعامل السلع السياحية المختلفة، والصناعات الفولكلورية. وتعتبر العلاقة بين السياحة والعمالة علاقة تكاملية ذلك أن التأثيرات التي تحدثها السياحة على العمالة يتم تحديدها من خلال المهارات المتاحة على المستوى المحلي التي تقود إلى تحديد أنماط النشاط السياحي. ومما لا شك فيه، أن رواج صناعة السياحة في منطقة ما يؤدي إلى تزايد معدلات الإنفاق السياحي التي تؤدي بالنتيجة إلى ارتفاع متباين في مستوى أسعار السلع والخدمات وزيادة الإنتاج والاستهلاك نتيجة ارتفاع مستوى المعيشة وارتفاع مستوى الطلب على السلع والخدمات ونتيجة العرض الإضافي وزيادة المستوردات. (الكتاني، 1990)

وعلى الرغم من أن رفاهية المجتمع تزداد عندما تخصص الموارد على أكثر استخداماتها كفاءة تمشيا مع تفضيلات المستهلكين، فإن التغييرات في المستوى العام للأسعار أو القوة الشرائية للنقود المتولدة بواسطة قوى نقدية تسبب في إعادة توزيع الدخل والثروة بين المجموعات المختلفة من الأفراد في المجتمع. كما أن أسلوب الشراء المتبع من قبل السائحين في مناطق الاستقبال يؤدي إلى زيادة الأسعار وخلق نوع من التضخم الذي يقود إلى قيام السكان المحليين بدفع الكثير مقابل الحصول على السلع والخدمات. وقد عرف كينز (Keynes) التضخم الحقيقي (Real Inflation) بأنه " ظرف لا تؤدي فيه زيادة إضافية في الطلب الكلي إلى زيادة أخرى في الناتج " (بكري، 1986). كما يبرز دور السياحة في إعادة توزيع التنمية والدخل بين الأقاليم نتيجة تمركز بعض المواقع السياحية بعيدا عن المدن الكبرى المزدحمة بالسكان في الأقاليم الريفية والمناطق النائية والجبال أو على شطآن البحار والبحيرات أو جوانب الأنهار.

2-1-7-2 التأثيرات الاقتصادية غير المباشرة لقطاع السياحة:

الإنفاق السياحي من جانب السائحين لا يؤثر بطريقة مباشرة على صناعة السياحة فقط وإنما يؤثر على العديد من الأنشطة الأخرى التي تزود صناعة السياحة بالسلع والخدمات، وبالتالي فإن دورة الإنفاق السياحي تتكرر مرات عديدة، أي أن المال المستخدم من قبل السائح لغايات الإنفاق

يستخدم لأكثر من مرة بحيث يمتد هذا إلى قطاعات أخرى مثل قطاع النقل والصناعة والزراعة والخدمات. وبناء على هذا، تتعدد الدخول تبعا لتكرار عدد مرات الإنفاق السياحي وفي كل مرة ينتقل فيها يساهم في تهيئة دخل جديد، وبالتالي كلما زادت مرات الانتقال زاد الأثر على الأنشطة الأخرى. فضلا على ذلك ، فإن أهمية التنمية السياحية تؤدي إلى إحداث تغييرات كثيرة في مناطق الاستقبال نظرا لوجود علاقة بين التغير في الإنتاج الصناعي والتنمية السياحية يرجع ذلك إلى أن السياحة وأشكال الصناعة المختلفة غالبا ما ينظر إليها على أنها متضاربة ولهذا فإن التوسع في إحداها يتم على حساب الآخر. (عبد الحكيم والديب، 2001)

وبطبيعة الحال، فإن صناعة السياحة تحتاج دوما إلى بنية أساسية ومرافق خدمية متعددة لزيادة حركة التدفق السياحي. ولهذا فإن الدول المضيفة تولي اهتماما كبيرا في إنشاء الطرق وتطوير وسائل النقل المتعددة وشبكات مياه الشرب وخدمات الصرف الصحي ووسائل الاتصالات بهدف تشجيع رأس المال المحلي والأجنبي لتأسيس المشاريع السياحية. ومما لا شك فيه أن المشاريع السياحية تعد من أكثر المشاريع الإنتاجية جذبا لرؤوس الأموال بالنسبة للمستثمرين المحليين أو الأجانب بسبب تعدد مجالات الاستثمار السياحي مثل أماكن الإيواء الفندقي والقرى السياحية ومراكز الاستشفاء والسياحة العلاجية وأماكن الترفيه واللهو كالملاهي والمسارح والسينما والمراكز الرياضية والمطاعم إضافة إلى رغبة المستثمر في استثمار أمواله في مشروع يحقق له عائدا سريعا ومضمونا. (عبد الحكيم والديب، 2001)

وهناك مجموعة من الأمور التي ترتبط بالاستثمار السياحي، من أهمها :

- أنه وفي ميدان السياحة يتجه جانب من جوانب رأس المال إلى الإنفاق على الأصول الثابتة مثل شراء الأراضي والمباني والتيسيرات الداخلية.
- إن المشاريع السياحية بوجه عام لا تعتبر جذابة من حيث الاستثمارات وذلك من وجهة نظر العائد والضمان، حيث يحتاج ذلك إلى مستوى معين من التشغيل وتوفر العمالة المدربة. لهذا تتخذ العديد من الدول المستقبلة للسائحين العديد من الإجراءات التي من شأنها تشجيع جذب رؤوس الأموال المحلية والأجنبية إما عن طريق الائتمانات والفوائد المعتدلة على القروض أو عن طريق إقامة بنية أساسية وخدمية داعمة للمشاريع السياحية أو تقديم إعفاءات ضريبية لفترة طويلة وذلك من أجل جعل الاستثمار في المجال السياحي مغريا ومشجعا. (عبد الحكيم والديب، 2001)

2-7-2 التأثيرات الاجتماعية والثقافية لقطاع السياحة:

المقصود من الآثار الاجتماعية والثقافية هو تحديد النتائج الاجتماعية والثقافية لصناعة السياحة التي تنعكس على الجوانب الجغرافية و الديموغرافية للسكان، وأثرها على الملامح الاجتماعية الخاصة بسلوكيات وعلاقات الأفراد والخصائص الثقافية المتعلقة بالأنشطة والعادات والتقاليد واللغات والأديان والملامح العمرانية. كما توجد مجموعة من الاعتبارات يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند دراسة التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسائحين في المجتمع من أهمها توزيع الثروة ومستوى المهارات والتعليم السائد بين السكان المحليين وقوة ومرونة التقاليد والثقافة المحلية باعتبارها مقرونة بالقيم والمعايير التي تستفيد منها السياحة. (الرفاعي،1993)

وفيما ينجم عن النشاط السياحي تأثيرات اجتماعية إيجابية على الدول المضيفة وعلى المواطنين فيها من خلال تطور درجة الوعي السياحي لدى المواطنين المحليين ودعم الإحساس بأهمية وطنهم بعدما أصبح مقصدا للسائحين من مختلف أنحاء العالم وزيادة الرغبة في الانفتاح على العالم الخارجي والاستفادة من الخبرات التي تتمثل بادراك أهمية الوقت وإدارته والقدرة على التصرف والرغبة في تحسين المستوى المعيشي، فإن التأثيرات الاجتماعية السلبية تتمثل في زيادة القيود المفروضة على العادات والتقاليد وفقدان الحياة البسيطة نتيجة التدفق المتزايد للسائحين وازدياد الضغط على الخدمات المختلفة والتأثير السلبي على الأنماط السلوكية والقيم والعادات الاجتماعية مما يتسبب في إشكاليات اجتماعية. كما أن تطور السياحة في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة يؤدي إلى عجز الاقتصاد الوطني عن الوفاء باحتياجات المواطنين من السلع والخدمات وخلق التنافس بين المواطنين المحليين والأجانب من أجل الحصول على هذه الاحتياجات. (دعبس،2003)

بالمقابل تتركز التأثيرات الثقافية على المجتمع المضيف في زيادة الاهتمام بالصناعات الشعبية والاهتمام باللغات الأجنبية والرغبة في تعلمها وإتقانها وزيادة التبادل الثقافي وازدياد عمليات الاتصال الثقافي والتواصل الحضاري و زيادة اعتزاز المواطنين المحليين بتراثهم والتفكير في المحافظة عليه. أما التأثيرات الثقافية السلبية على المجتمع المضيف فتتمثل في حدوث نوع من التصادم الثقافي وازدياد الشعور بالمواجهة السلبية بين الثقافتين (المحلية والأجنبية) نتيجة الاختلاف بين عناصر الثقافتين واختلاف أساليب الحياة والمعتقدات والأفكار والآراء، إضافة إلى إمكانية شيوع التقليد الأعمى لأزياء السائحين وطرق تعاملهم ولكلا الجنسين. (دعبس،2003)

3-7-2 التأثيرات البيئية لقطاع السياحة:

يتسبب التزايد المستمر والنمو المتسارع للسياحة في نشوء العديد من المزايا والمشكلات الاجتماعية حيث لم تعد هذه المجتمعات مهتمة بالسياحة من أجل العائد الاقتصادي بل لأجل مشكلاتها الخطيرة التي تنشأ على المدى الطويل والتي من المفترض مواجهتها بالتخطيط المسبق حتى لا يتجاوز الأمر ليصل إلى تهديد المجتمع المضيف، فتاريخ السياحة يشير إلى أن البيئة هي التي أدت إلى ولادة وتطور السياحة والمتمثل بالمناخ والمناظر الطبيعية والملامح الجغرافية التي كان لها الأثر الواضح في حركة تدفق السائحين فضلا على أن أنماط السلوك السياحي تتأثر إلى حد بعيد بالظروف البيئية من خلال التحكم في اختيار أماكن الاستجمام ومدة الإقامة. (عبد الحكيم والديب، 2001)

لقد لعبت البيئة الطبيعية - وما تزال- الدور الأهم في الجذب السياحي حينما كشفت السياحة عن إمكانية استغلال الموارد التي لم تكن مستغلة من قبل، حيث يظهر ذلك جليا من خلال الدور الايجابي الذي تحققه جراء صيانة مواردها في حين يمكن في المقابل أن تؤدي إلى تدميرها. ولما كان التفاعل بين البيئة والإنسان تفاعلا ديناميكيا متطورا باعتباره محركا أساسيا للنشاط السياحي فإن البيئة بالنسبة للإنسان لا تؤخذ بالمعنى المجرد ولكنها تعني أشياء مختلفة في ضوء احتياجات الإنسان وتوقعاته وأماله، لذلك فإن نشر الوعي البيئي يرتكز على تحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية للقطاعات المختلفة. وجدير بالذكر، أن للسياحة تأثيرا خاصا على البيئة الطبيعية يتمثل في تشكيل المساحات الأرضية بإقامة المباني وتأسيس الخدمات السياحية التي ينجم عنها تغيير في الكيان الطبيعي للأرض والنبات والحيوان. (عبد الحكيم والديب، 2001)

وبشكل عام، فإن الآثار السياحية لا تقف عند أثر السياحة على البيئة الطبيعية وإنما تتعدى إلى البيئة البشرية التي يظهر أثرها جليا على نشاطات الأفراد والظروف الاقتصادية والاجتماعية المحيطة بهم. فالآثار السكانية للسياحة تعتمد بشكل واضح على طبيعة وتركيب الأفراد ممن يمارسون النشاط السياحي والعلاقات التي تنشأ بينهم وبخاصة العلاقة بين الضيف والمضيف. كما يعد أثر السياحة المتمثل في المنشآت السياحية من الآثار البيئية الهامة للسياحة والتي تتمثل بالمنتجعات السياحية التي تطورت مع مرور الزمن ليظهر عنها أربعة أنماط من المنتجعات هي منتجعات العيون المعدنية ومنتجعات الاستشفاء ومنتجعات الجبال ومنتجعات الشواطئ، إضافة إلى إقامة وتحديث خدمات البنية الأساسية بالمناطق الحضرية وحفظ وصيانة الأماكن التاريخية والأثرية. (عبد الحكيم والديب، 2001)

ويجب التنويه إلى أن غياب التخطيط وعدم قيام الأجهزة الرسمية للدولة بواجباتها وإتاحة المجال للقطاع الخاص في حرية التنمية السياحية العفوية طبقا لمقتضيات السوق ومنطق التفاعل بين العرض والطلب قد يترتب عليه بعض الآثار السلبية للتنمية السياحية التي تتسبب في إفساد البيئة الطبيعية مثل شغل المساحات الأرضية بمشروعاتها وخلق نشاطات ينتج عنها اختلالات في استخدام الأراضي يصعب تصحيحها أو التوفيق بينها والإضرار بنظام القيم السائدة في المناطق المعنية وتدني مستوى السلوكيات الإنسانية في بعض المشروعات والإخلال بالطاقة الاستيعابية الأمر الذي يؤدي إلى القضاء على مستوى الجودة البيئية للمنطقة التي تقوم بها المشاريع. (الجلاد،2002)

في حين يشكل إتباع أسلوب التخطيط الشامل للمناطق السياحية والابتعاد عن التوسعات غير المدروسة والمشروعات التي تسيء إلى البيئة ومكوناتها ونشر الوعي بين المواطنين والسائحين وتشجيعهم على المحافظة على البيئة والعمل على تزويد المناطق السياحية باحتياجاتها الأساسية من مرافق وخدمات مع اتخاذ التدابير اللازمة للحد من الأضرار الناجمة عن تكدس وكثافة الزائرين في أوقات الذروة الموسمية واقتراح مواقع بديلة تسمح باستيعاب الفائض منها يعد من الاتجاهات التي تساعد على الحد من آثار السياحة السلبية على البيئة. (لطيف،1994)

2-7-4 التأثيرات السياسية لقطاع السياحة:

تحكم المجتمعات الدولية سياسات متنوعة تتباين بتباين المذاهب والعقائد والاتجاهات. وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها المنظمات والهيئات الدولية بهدف تقريب وجهات النظر والحد من النزاع والصراع والتصادم الذي تثيره التيارات المتضادة للمصالح المتعارضة، إلا أن العلاقات الدولية ما زالت تعاني من حين لأخر من عوامل التوتر والقلق والصراع. ومن هنا برز الأثر السياسي للسياحة باعتبارها أداة فعالة وايجابية في إزالة المتناقضات وتقليل الفوارق بين الشعوب بما يحقق التفاهم والتجاوب بينها. فالسياحة تعد وسيلة لتعارف الجنسيات المختلفة واختلاطها ومعايشة القيم والعادات والتقاليد التي تحكمها مما يسهم في الوصول إلى اقتناع كل منهم بالأخر واحترامه له، وكلما زاد هذا الاختلاط وتنوع قويت الصلات وأواصر الصداقة التي يمكن أن تنشأ بين مجموعات كبيرة من الأفراد عبر حدود الدول بما تمثله من تجاوب وتلاحم وتنمية اتجاهات السلام بين الدول في العالم، لذلك فإن نمو السياحة وتطورها وازدهارها يساهم في بناء جيل محب للوحدة الإنسانية ومتفاعل مع عناصرها ومقوماتها في توازن يعود بالنفع والخير بعيدا عن أخطار الحروب واحتمالاتها.

8-2 عوامل الجذب السياحي والخدمات السياحية

يعتمد ازدهار الحركة السياحية وتقدمها على توفر المقومات السياحية في الدولة المضيفة التي تسعى إلى تنشيط الحركة السياحية إليها، حيث تعتبر أساليب الجذب السياحي والخدمات المقدمة من أسس النشاط السياحي، إذ بدون توفرها فإن السائح يفقد ما لديه من رغبة في التوجه إلى تلك الدولة.

وقد ذهب بيترز (Peters) إلى ترتيب قائمة تتضمن مختلف وسائل الجذب ذات الأهمية في السياحة كالآتي:

1) العوامل الثقافية: مثل الأماكن والمناطق ذات الأهمية الأثرية والمتاحف، ومؤسسات السياسة والتعليم والدين.
2) التقاليد المرعية: كالأعياد القومية والحرف اليدوية والفنون والموسيقى والحياة الوطنية والعادات.
3) المشاهد العامة: ومنها الحدائق العامة ومناطق تتميز بجمالها الطبيعي ومنتجعات شاطئيه وجبلية.
4) المناطق الترفيهية: حيث المشاركة في ألوان الرياضة ومشاهدتها ومتنزهات الاستمتاع والترويح وحدائق الحيوانات ودور السينما والمسرح.
5) وسائل أخرى للجذب، من مناخ ومنتجعات صحية وعيون معدنية. (الجلاد،2002)

تعتمد السياحة على تقديم منتج معين هو المنتج السياحي الذي يعتبر في حقيقته منتجا مركبا ومزيجا من مجموعة من العناصر أو العوامل المتعددة. وتلعب عوامل الجذب السياحية دورا بالغ الأهمية في إرشاد السائح وتوجيهه إلى مناطق معينة دون الأخرى لقضاء الإجازات. وقد صنف سوزوكي (Suzuki) هذه العوامل في ثلاثة أصناف هي:

1) عوامل الجذب الطبيعية المتمثلة بالأشكال الأرضية والمناخ والنبات الطبيعي وغيرها.
2) عوامل الجذب البشرية، والمسؤول عن إقامتها الإنسان، سواء اشتملت على بعد تاريخي أم بنيت حديثا.
3) عوامل الجذب الثقافية والحضارية، وتتضمن طبيعة الإنسان وثقافته التي يعبر عنها باللغة والموسيقى والفلكلور. (عبد الحكيم والديب، 2001)

وتقوم السياحة بدورها في عملية تصريف الثروات السياحية وتلبية حاجات ورغبات السائحين المحليين والأجانب من راحة وعلاج ورفاهية من خلال تقديم الخدمات السياحية، علما أن مصطلح الخدمات السياحية يتضمن مجموعة من الأعمال التي تؤمن للسائحين الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك الخدمات والبضائع السياحية خلال وقت سفرهم أو خلال إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي (السكر،1996).

ويشار هنا إلى أن الخدمة السياحية عبارة عن عملية إنتاجية يتم من خلالها إنتاج بضاعة جديدة لها قيمة استهلاكية تلبي حاجة مميزة من الاستهلاك، حيث أن مستهلك الخدمة السياحية يقوم باستخدامها بشكل مؤقت دون أن يمتلكها (مثل إيجار سيارة، رحلة سياحية، غرفة في فندق) . وعلى الرغم من ذلك فإن عملية تقديم الخدمات السياحية تعد عملية صعبة وذلك للأسباب التالية:

1) يتم الجزء الأكبر من عملية إنتاج الخدمات السياحية من جهة طاقم العمل والتي تتداخل مباشرة مع عملية استهلاكها من جهة السائحين كالخدمات التي تقدم في مرافق الطعام والتي يحدث من خلالها احتكاك مباشر بين طاقم العمل والسائحين.
2) يتم إنتاج وتصريف خدمات وبضائع كثيرة ومتنوعة والتي لها عمليات مختلفة لإنتاجها وقنوات تصريف خاصة بها تشرف عليها منظمات مختصة لتصريفها مثل الفنادق وخدمات المواصلات.
3) تشارك عناصر عديدة من البنية التحتية للسياحة في عملية تقديم الخدمات السياحية كوسائط النقل ومرافق النوم والطعام والمنشآت الرياضية والترفيهية والطبية.
4) يتم استقطاب طاقم عمل كبير ومتنوع وغير متجانس بالنوعية والكفاءة والتدريب في عملية تقديم الخدمات السياحية.
5) تتشارك منظمات سياحية ومنظمات غير سياحية في عملية تقديم الخدمات السياحية مثل المنظمات الصحية والاتصالات. (السكر،1999)

تتكون الخدمات السياحية من مجموعة من الخصائص تتميز وتعرف بها ويتم التعامل معها وفق هذه الخصائص؛ فالخدمة السياحية خدمة معنوية غير ملموسة تعتمد على عنصر التسويق الشخصي والسرعة عند تقديمها وتميز الطلب عليها بالتذبذب وعدم الاستقرار وذلك وفق مواسم الذروة والكساد. وهذا يعني بأن نوعية الخدمات السياحية تتألف من البنية التحتية للسياحة كالمباني والمرافق المساعدة والأدوات والتجهيزات الداخلية والآلات ، إضافة إلى المواد الأولية والمحروقات والبضائع فضلا عن نوعية العمل وتركيبه وعدد طاقم العمل. (الطائي،2004)

ومن الواضح أن التسهيلات والخدمات السياحية تعد الأساس وحجر الزاوية في العملية السياحية مع تنوع هذه التسهيلات والخدمات السياحية حيث من المعلوم أن عوامل الجذب السياحي والمقومات السياحية تقوم بدور جذب الزائرين من أماكن إقامتهم في حين تقوم التسهيلات والخدمات السياحية بخدمة الزائر الذي يكون بعيدا عن مقر إقامته. وتضم التسهيلات السياحية تسهيلات الإقامة ومشروعات النقل وموارد الضيافة وقوة العمل المؤهلة سياحيا والتشريع والتنظيم والتيسيرات السياحية (الجلاد، 2000).

ثانيا: الدراسات السابقة

نتيجة تزايد أهمية السياحة فقد تزايد اهتمام الباحثين بموضوع السياحة وظهر العديد من الدراسات الوصفية والتطبيقية في العقود القليلة الماضية التي تناولت قطاع السياحة من جوانبه المختلفة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية. وقد طرح مفهوم أثر السياحة على الاقتصاد الوطني في بداية الأمر من قبل الاقتصادي الشهير كينز (J.K.Keynes, 1936) حيث أشار في نظريته إلى أن تدفقات النقد الخارجي في الاقتصاد المحلي تتم على شكل استثمار أو منح أو مساعدات خارجية أو حوالات العاملين في الخارج أو إنفاق السائحين في الدول المضيفة والتي تقوم بعملية التنشيط المتتالي للاقتصاد الوطني بتأثير ما يسمى مضاعف الناتج الوطني.

وستقوم هذه الدراسة بإلقاء الضوء على العديد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية.... الخ. وفيما يلي استعراض بعض هذه الدراسات على المستوى الأردني والعربي والعالمي وفق تسلسلها الزمني.

ففي عام (1979) قدم أنطونيوس (Antonios Andronicou) ورقة عمل بعنوان " السياحة في قبرص " تناولت أثر السياحة على قيم واتجاهات المواطنين المحليين، حيث ورد في هذه الورقة عدم تأثر القيم والاتجاهات للمواطنين المحليين سلبا بالسياحة لاعتبار أن السائح يقضي فترة وجيزة في الدولة المضيفة ثم يغادر عائدا إلى موطنه. كما أشارت هذه الورقة إلى مدى إسهام القطاع السياحي في انتعاش الاقتصاد المحلي وتأثير ذلك على الأفراد ذوي العلاقة بالقطاع السياحي إضافة إلى زيادة الاهتمام الرسمي بتدريب وتأهيل الكوادر البشرية ذات العلاقة بالقطاع السياحي. إلا أن المواطنين المحليين أبدوا جانبا من المشكلات التي تقف عائقا أمام التدفق السياحي لدولتهم نتيجة نقص الخدمات والتسهيلات المقدمة للسائحين.

كما قدمت مجموعة هيوت (Huit Group,1979) ورقة عمل حول الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة في تونس (دراسة حالة مدينة سوسة) تبين من خلالها أن النمو السريع للقطاع السياحي أحدث تغيرات إيجابية منها ارتفاع الدخل في القطاعات الاقتصادية الأخرى المكملة لقطاع السياحة كالزراعة والصناعة، وانتفاع أهالي المدينة من البنية التحتية المعدة للسائحين. كما أظهرت الورقة مجموعة من الآثار السلبية الناجمة عن السياحة منها ارتفاع معدل استهلاك السائحين للماء مما أدى إلى ظهور علاقات يسودها التوتر بين المقيمين والسائحين.

وفي دراسة وصفية لرحيل (1981) عن جغرافية السياحة في الأردن ودور الموقع الجغرافي في السياحة قام فيها بالتركيز على تحليل العوامل الاقتصادية والتاريخية المؤثرة على القطاع السياحي، وتحليل الخدمات السياحية المقدمة والمشكلات والصعوبات التي تواجه قطاع السياحة والحلول المقترحة لحل هذه المشكلات. وقد خلص الباحث إلى أن حالة الطرق السيئة ونقص المياه الصالحة للشرب وتدني مستوى تدريب العمالة السياحية من المشكلات الرئيسة التي تواجه تطور القطاع السياحي في الأردن.

وبدراسة أجراها أبو صبحة وبرهم (1988) بعنوان " بعض العوامل المؤثرة في السياحة الداخلية والتنزه في الأردن" هدفت إلى تحديد بعض العوامل التي قد تؤثر على حركة السياحة الداخلية والتنزه لدى سكان المدن الأردنية حيث قام الباحثان لتحقيق هذا الهدف باختيار (15) مدينة من المدن الأردنية ونحو أربعة آلاف رب أسرة من الأسر في هذه المدن لتكون عينة الدراسة. وقد أشارت نتائج التحليل التمييزي المتدرج على أهمية المتغيرات التالية وفق قوتها التمييزية بين مجموعتي أرباب الأسر الذين يقومون بالسياحة الداخلية والتنزه وأولئك الذين لا يقومون بهذا النشاط: المستوى العلمي لرب الأسرة تلاه عضوية الأندية ثم طبيعة السكن فتوافر الخدمات الترفيهية في المدينة.

وفي دراسة أخرى عرضت واقع الحركة السياحية في البتراء هدفت إلى التعريف بالخصائص الديموغرافية والاقتصادية للسائحين وانطباعاتهم حول زيارتهم للبتراء للباحث سماوي (1990) قدم فيها وصفا جغرافيا للمدينة وللحضارات التي تعاقبت عليها، حدد الباحث مجتمع دراسته بالسياح والزوار الذين وفدوا إلى البتراء لأغراض السياحة وخلال فترة محددة عن طريق توزيع الاستبيانات على عينة الدراسة المكونة من (518) سائحا تم اختيارهم من مجتمع الدراسة بشكل عشوائي ومن مختلف الجنسيات، حيث دل التحليل الإحصائي على أن مدينة البتراء تعتبر موقعا سياحيا جاذبا للعديد من السائحين.

وفي دراسة أخرى أعدها الحاج ذيب (1990) هدف منها التركيز على الجانب التسويقي للسياحة في الأردن عن طريق توزيع الاستبيانات على عينة طبقية مكونة من (513) سائحا ومن (22) مكتبا للسياحة والسفر، خلص التحليل الإحصائي ونتائج الدراسة إلى أن أعداد السائحين بمختلف جنسياتهم تتأثر سلبا بالأحداث العسكرية والسياسية التي تدور في المنطقة.

وفي دراسة أخرى هدفت إلى فحص كيفية تأثير الصفات الشخصية للطلاب وصفاتهم المهنية على نظرتهم حول تطوير القطاع السياحي للنمو الاقتصادي وفرص العمل والمستوى المعيشي في مصر، اعتمد محسن أحمد (1991) في دراسته على استبانة وزعت على عينة الدراسة المكونة من (205) طلاب من مرحلة البكالوريوس (تخصص السياحة والفندقة) في جامعتي حلوان في القاهرة والإسكندرية، حيث أظهرت نتائج الدراسة إدراك الطلاب المصريين أهمية دور القطاع السياحي في إنعاش الاقتصاد المحلي وتحسين النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل وتحسين المستوى المعيشي للسكان إضافة إلى دور السياحة في زيادة كفاءة الخدمات الصحية المقدمة والتأثير الايجابي على علاقات التبادل السياسي والثقافي.

وأجرى سماوي (1994) دراسة هدفت إلى استطلاع الآراء حول السياحة والتنزه في محافظة البلقاء بالاعتماد على استبانة وزعت على عينة مكونة من (563) فردا أخذت من مواقع سياحية مختلفة في البلقاء. حيث توصلت الدراسة إلى أن الراحة والاستجمام وجمال الطبيعة والطقس تعد من أبرز دوافع الزيارة، كما بينت نتائج الدراسة ضعفا في مستوى الخدمات السياحية المقدمة ومياه الشرب وأسعار الطعام والشراب وتوافر خدمات الصرف الصحي وتوفر المطاعم والنظافة العامة من وجهة نظر الزائرين في حين اعتبرت معاملة المقيمين وملاءمة الطرق المؤدية إلى المحافظة على درجة عالية من الرضا.

وقدم عبيدات (1995) دراسة هدفت إلى تحليل اتجاهات ورغبات المستهلكين في فنادق الخمس نجوم في الأردن بالاعتماد على استبانة وزعت على عينة ملائمة مكونة من (335) فردا من مستهلكي الخدمات الفندقية حيث أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن أغلبية عينة الدراسة تتردد مرة واحدة أسبوعيا على الفنادق وفي أيام الأعياد والمناسبات الاجتماعية باعتبارها أهم الأماكن المفضلة لقضاء أوقات الفراغ. كما أظهرت النتائج درجة رضا عالية عن أسعار الغرف والأجنحة لكافة المجموعات من نزلاء هذه الفئة من الفنادق.

وفي دراسة أخرى أكدت على أهمية الاستثمار في القطاع السياحي على الاقتصاد الأردني للباحث سوسان (1996) يبين فيها أثر الاستثمار في القطاع السياحي على الناتج المحلي الإجمالي من خلال احتساب قيمة مضاعف الإنتاج السياحي والقيمة المضافة المحلية لهذا القطاع باستخدام جدول المدخلات – المخرجات للأردن عام (1987) ، خلص فيها الباحث إلى أن كل دينار مستثمر في القطاع السياحي ينتج ما قيمته (2.2) دينار من الإنتاج الكلي، في حين كانت القيمة المضافة لكل دينار مستثمر في هذا القطاع (0.526) دينار كدخل لعناصر الإنتاج المحلية.

وقدم الشناق (1996) ورقة عمل بعنوان " البعد الاجتماعي للسياحة في شمال الأردن " تم فيها الاهتمام بالأبعاد الاجتماعية للهجرات المؤقتة التي يجريها السائحون طواعية للمجتمعات المحلية المضيفة لهم في شمال الأردن، حيث اتضح من هذه الورقة نشوء بعض التبعات والمشكلات الاجتماعية من خلال التجاوز على الأراضي السياحية وارتفاع أسعار الخدمات المقدمة وظهور تغيرات في البناء الاجتماعي وبناء العائلة ونشر القيم والمعايير الغربية بشكل مناقض للتراث المحلي على الرغم من الدور الذي يلعبه قطاع السياحة في خلق فرص العمل واستحداث مؤسسات مرتبطة بالسياحة.

كما قدم الجالودي (1996) ورقة عمل هدفت إلى تبيان الآثار الاقتصادية المستقبلية لعملية السلام في القطاع السياحي الأردني من حيث تقدير حجم التغير في عدد السائحين والدخل السياحي والعمالة السياحية وعدد الغرف والليالي الفندقية، حيث توصل فيها إلى وجود تباين في المتغيرات السياحية (الدخل، أعداد السائحين، معدل إنفاق السائح، معدل إقامة السائح) بين دول المنطقة وانفراد الأردن بعدد من المواقع السياحية التي تجعله قادرا على المنافسة مع الدول الأخرى إضافة إلى أن استمرار العملية السلمية له تأثير ايجابي على مستقبل السياحة ودورها في الاقتصاد الأردني.

أما بركات (1996) فقدم ورقة عمل أخرى بعنوان " التحولات الاقتصادية والاجتماعية في قطاع السياحة بعد اتفاقيات السلام" بينت الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال توفير العملات الأجنبية وزيادة فرص العمل إضافة إلى إبراز التحولات التي مر بها القطاع السياحي الأردني من خلال التحول في وضع الحدود الغربية وبروز سوق سياحي جديد الأمر الذي ساهم في ازدياد الحركة السياحية والعائدات من إنفاق السائحين. ومن المعوقات التي أظهرتها الورقة الإجراءات الإدارية والتشريعية وعدم توفر الموارد الترويجية والتسويقية للأماكن السياحية المختلفة إضافة إلى تركيز التسويق على أماكن تاريخية معينة دون غيرها وعدم توفر الكوادر المدربة والخدمات السياحية في المناطق المجاورة للمواقع السياحية.

وفي دراسة هدفت إلى معرفة انطباعات المواطنين المحليين نحو الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للسياحة في جامايكا، قام فراتر (Frater,1996) باستطلاع آراء المقيمين هناك عن طريق استبانة استهدفت (403) مواطنا في ثلاث مناطق في جامايكا. وقد أبرزت النتائج الانطباع الإيجابي نحو السياحة من خلال الأثر الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والبيئي لها، كما أكدت الدراسة ضرورة إتباع أساليب تخطيطية لتطوير صناعة السياحة مستقبلا والأخذ بعين الاعتبار انطباعات المواطنين المحليين حول آثار السياحة المتعددة من قبل مخططي السياحة.

وفي دراسة أعدها الرحيمي (1997) هدفت إلى التعرف على دور مكاتب السياحة والسفر في ترويج الخدمة السياحية في الأردن، من خلال استبانة شملت(123) مكتبا للسياحة والسفر، استنتج الباحث فيها وجود ضعف في أداء دور المكاتب في الترويج لبرامجها وخدماتها وغموض في وضوح مفهوم الترويج للقائمين على إدارتها وضعف في التنسيق بين الجهات العاملة في هذا القطاع.

وفي دراسة أعدها العارضة وزملاؤه (1997) بعنوان " قطاع السياحة في الأردن: واقع وتطلعات/ دراسة تحليلية ميدانية"، هدفت إلى التعرف على الطلب الحقيقي على السياحة في الأردن من خلال معرفة الأهداف الرئيسة للقادمين وانطباعات المغادرين ومدة إقامتهم باستخدام ثلاثة استبانات صممت لتحقيق أهداف الدراسة، حيث بلغ عدد أفراد العينة (9172) سائحا و (1327) عاملا في الصناعات اليدوية التقليدية. وقد استنتجت الدراسة بأن أغلبية السائحين القادمين إلى الأردن من الدول الأوروبية قدموا لزيارة المواقع الأثرية وخاصة البتراء. كما أشارت الدراسة إلى أن تدني مستوى خدمات البنية التحتية تشكل عائقا أمام تدفق الحركة السياحية إلى الأردن.

وقدم عثامنة (1997) ورقة عمل هدفت إلى إلقاء الضوء على مسألة التنمية السياحية في إطارها النظري والتطبيقي على حالة الأردن، حيث أشارت الورقة إلى الاهتمام الرسمي الأردني في تنمية القطاع السياحي وتحسين البنية التحتية من خلال استعراض خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي هدفت جميعها لزيادة الإنتاج السياحي ومساهمته في الناتج المحلي الإجمالي وزيادة استيعاب القطاع لجزء من قوة العمل الأردنية. وقد تبين كذلك أهمية القطاع السياحي الأردني سواء على مستوى الإنتاج المحلي أم التوظيف أم تعديل ميزان المدفوعات. حيث أظهرت ورقة العمل بأن القطاع السياحي يساهم بأقل من (1 %) من التوظيف الكلي في الأردن وينتج حوالي (11.2 %) من مجمل الإنتاج المحلي وذلك في عام (1994).

وفي دراسة ميدانية قام بها خصاونة (1998) تحدثت عن واقع القطاع السياحي في مدينة جرش هدف منها إلى التعرف على أساليب التخطيط المتبعة من قبل وزارة السياحة والآثار عن طريق استخدام أسلوب العمل الميداني في جمع المعلومات عن طريق الملاحظة بالمشاركة والمقابلات الشخصية لأفراد العينة المتمثلة بأبناء المجتمع المحلي والجهات الرسمية العاملة في مجال السياحة. وقد استنتج الباحث في دراسته أن تنامي المعوقات التي تحيط بقطاع السياحة في مدينة جرش كان مردها إلى عدم وجود خطط سياحية في المدينة قبل عام (1997) تتوازى مع قيمة المدينة تاريخيا وإهمال بعض الأماكن الأثرية فيها إضافة إلى افتقار المدينة لفندق سياحي مما ساهم في عدم استفادة السكان المحليين من الاتصال المباشر مع السائحين.

وفي دراسة قامت بها سلوم (1998) هدفت إلى التعرف على مستوى الخدمات السياحية المقدمة وعوامل الجذب السياحي وإيجابيات وسلبيات القطاع السياحي الأردني من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار باستخدام استبانة وزعت على (220) موظفا، خلصت الباحثة في دراستها إلى أن هناك مستوى عال للجذب السياحي في الأردن مع تأكيد أفراد العينة على أن الآثار السلبية للسياحة ليست مهمة في نظرهم باستثناء زيادة الطلب على المصادر المتوفرة في البلد.

وبدراسة الناصر (1999) التي بحثت في العلاقة بين السياسة والسياحة في ظل مفهوم يرتكز على العلاقة الجدلية بينهما في محاولة لتجاوز الفهم المقتصر على السياسة وحدها أو تجريد السياحة من مفهومها السياسي من خلال اعتماد الباحث على المصادر الفكرية والأبحاث والدراسات ذات العلاقة ومن خلال صياغة نموذج يوضح الاستثمار الحقيقي المتكامل بين السياسة والسياحة بهدف تضييق الهوة بينهما لتعزيز أركان المجتمع، خلص الباحث إلى إعطاء مدخلات يمكن لها أن تسهم في إعطاء مخرجات تساعد في خلق التكامل بين القرار السياسي وأحد أركان القرار الاقتصادي (السياحة).

وفي ورقة عمل قدمت من قبل جامج وكينج (Gamage & King,1999) قام الباحثان بتحليل الأثر الاقتصادي الناتج عن المهاجرين وغير المهاجرين على الاقتصاد السيريلانكي. عن طريق استخدام نموذج تحليل المدخلات والمخرجات للمقارنة بين الحالة التي كانت قبل وبعد عملية الهجرة لمعرفة أثر الإنفاق السياحي على النمو الاقتصادي . وقد اعتمد الباحثان على عينتين مختلفتين للدراسة تم تقسيمها اعتمادا على أولويات الإنفاق لكل عينة، حيث أظهرت نتائج التحليل لإحدى العينتين بأن أولوية الإنفاق كانت متجهة نحو الطعام، في حين كان تركيز العينة الأخرى على قطاع المبيعات بالتجزئة وعلى وسائط النقل المحلية.

وقدم شناق والعتوم (2000) دراسة عرضت موقف المجتمع المحلي نحو السياحة (دراسة حالة أم قيس) وذلك للتعرف على آراء المواطنين المحليين في القرية نحو السياحة باستخدام استبانة وزعت على (233) مواطنا ومواطنة، وقد خلص الباحثان من خلال تحليل الاستبيانات إلى أن العامل الاقتصادي في الاتجاه نحو السياحة قد جاء في المرتبة الأولى بين الاتجاهات الأخرى ، بينما جاء العامل الثقافي في المرتبة الثانية تلاه العامل السياسي ثم العامل الاجتماعي.

وفي دراسة هدفت إلى اختبار تأثير السياحة على الاستثمار الأجنبي المباشر ، استخدم سانفورد ودوج (Sanford & Doug, 2000) نموذج -TOBIT- لقياس الأثر المحتمل بين السياحة والاستثمار الأجنبي المباشر. وقد أظهرت نتائج التحليل التجريبي الأثر الايجابي والمعنوي للعلاقة بين السياحة والاستثمار الأجنبي اللاحق في أمريكا. كما بينت الدراسة بأن قرار المؤسسات الأجنبية للاستثمار يتطلب معلومات دقيقة حول تنافسية الدول المضيفة والبيئة التنظيمية وأخلاق العمل والثقافة.

وفي دراسة استهدفت التعرف على اتجاهات الحركة السياحية وأنماطها في منطقة العقبة قام سماوي (2001) بإجراء استطلاع لواقع الحركة السياحية في منطقة العقبة عن طريق دراسة ميدانية بالاعتماد على استبانة وزعت على عينة الدراسة التي اشتملت (930) مفردة. وقد أشارت النتائج إلى وجود عدة دوافع لدى السائحين لزيارة العقبة أهمها الراحة والاستجمام والاستمتاع بأجواء البحر والسباحة والغطس والغوص. كما أشارت الدراسة إلى وجود درجة عالية من الرضا لدى عينة الدراسة حيال متغير الأمن والاستقرار وجمال الطقس ومعاملة السكان المحليين. كما أشارت الدراسة إلى تناقص أعداد السائحين الوافدين إلى المنطقة نظرا لوجود المنافسة بين العقبة ومدن إيلات وشرم الشيخ وذهب وطابا ونويبع والبتراء.

وأجرى الطائي (2001) دراسة استهدفت قياس مدى إدراك مديري التسويق والمبيعات في الفنادق ووكالات السياحة والسفر الأردنية (دراسة حالة مدينة عمان) لخصائص وسمات الخدمات السياحية والفندقية والصعوبات والمشكلات المترتبة عليها من خلال توزيع الاستبيانات على عينة الدراسة المكونة من (65) مؤسسة ضيافة توزعت ما بين (25) فندقا و (40) مكتبا للسياحة والسفر . وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى الإدراك لدى المديرين في الفنادق ومكاتب السياحة والسفر لخصائص الخدمات السياحية والفندقية وسماتها والصعوبات والمشكلات المترتبة عليها كان مقبولا. كما أوضحت الدراسة مدى الإدراك الجيد لدى بعض المديرين حول أهمية بعض الخصائص والسمات الجوهرية للخدمات السياحية والفندقية.

وقام مقابلة (2002) بدراسة استهدفت قياس جودة الخدمات المقدمة في المطاعم الفندقية العاملة في الأردن من وجهة نظر الضيوف باستخدام استبانة وزعت على عينة الدراسة التي بلغت (178) ضيفا من ضيوف الفنادق الأردنية الخمسة نجوم والأربعة نجوم والثلاثة نجوم في مدينة عمان. وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى جودة الخدمات المقدمة كان منخفضا بالمقارنة مع مستوى الجودة الذي يتوقعه هؤلاء الضيوف فيما يقدم لهم من خدمات ضيافة. كما بينت الدراسة عدم وجود تأثير واضح لمتغيرات الفئة العمرية والجنسية والحالة الاجتماعية وعدد الزيارات السابقة على تقييم الضيوف لخدمات المطاعم الفندقية في حين كان هناك أثر واضح لعامل الجنس في تقييمهم لمستوى جودة الخدمة.

وفي دراسة هدفت إلى اختبار المحددات الرئيسة للطلب على السياحة في الأردن قام الريموني والنادر (2002) بدراسة قياسية استخدمت البيانات السنوية لسبع دول مختارة بغرض المقارنة عن الفترة (1970-1997م). وقد دلت نتائج الاختبار على أن متغير معدل النمو في الدخل الفردي والمتغير اللاحق (سمعة الأردن الديناميكية وعادات السائحين ومرونة وتطور المؤسسات السياحية الأردنية) لها آثار ايجابية على الطلب السياحي، بينما دلت النتائج على أن معدل سعر الصرف له دور سلبي.

كما قام مقابلة (2003) بدراسة هدفت إلى التعرف على واقع حركة التنزه في الأردن وتحليل خصائص المتنزهين الأردنيين وبعض معوقات ومشاكل التنزه في الأردن بالاعتماد على استبانة تم توزيعها على عينة الدراسة التي شملت (293) فردا من المواطنين الذين زاروا مواقع التنزه الرئيسة في إقليم الشمال. وقد تبين من النتائج أن معظم حركة السياحة الداخلية في المملكة هي بمثابة تنزه بدلا من سياحة داخلية بالمفهوم العلمي وأن تقييم الزوار للخدمات المتوفرة في مواقع التنزه كان متوسطا.

كما أجرى الطائي ومعلا (2003) دراسة هدفت إلى تحديد تقييم السياح العرب لجودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم من قبل الفنادق العاملة في الأردن وتحديد أثر مجموعة من العوامل الديموغرافية المتعلقة بالسياح العرب على هذا التقييم بالاعتماد على استبانة تم توزيعها على عينة من السائحين العرب بلغ حجمها (450) سائحا. حيث أوضحت النتائج أن تقييم السياح العرب لجودة الخدمات الفندقية كان سلبيا مع عدم وجود أي آثار للعوامل الديموغرافية على تقييم السياح العرب للجودة باستثناء عامل الجنسية الذي كان له أثر ذا دلالة إحصائية على تقييم الجودة.

وفي دراسة هدفت إلى تحديد اتجاهات المواطنين في وادي موسى نحو السياحة ومدى تأثرها بمتغيرات النوع والقطاع والدخل والتعليم والعمر قام الطويل (2003) باستخدام استبانة الشناق والعتوم لجمع البيانات من عينة الدراسة المكونة من (323) فردا. وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المواطنين في وادي موسى نحو السياحة تعزى للتعليم والدخل.

أما الصلاح (2004) فقد أوضح في دراسته الإجراءات التنظيمية التي قامت بها حكومة شرقي الأردن في الفترة من عام (1921-1946م) وساهمت في تطوير قطاع السياحة والآثار وذلك في إطار العلاقة التبادلية للسياحة والآثار مع ما تم تحقيقه من استقرار سياسي واهتمام بالبيئة الجغرافية والطبيعية وحماية وإجراءات الدخول والإقامة والجمارك وتأمين الأدلاء والمترجمين ووسائط النقل. وقد أشارت الدراسة إلى أن هذه الإجراءات قد أدت إلى اجتذاب مئات السائحين وزيادة دخل الحكومة مما يدفعه السائحون من رسوم الدخول والإقامة وزيارة المواقع الأثرية وتحسين الخدمات في المواقع السياحية واثبات الهوية الحضارية والتاريخية لشرقي الأردن في نظر العالم المتمدن.

وفي دراسة حديثة هدفت إلى فحص أثر السياحة على الاقتصاد الأردني قام الريموني والنادر (2006) باستخدام البيانات السنوية بين عامي (1970-2002م) وتوظيف النموذج الديناميكي اللوغاريتمي الخطي الذي يركز على الزمن وعملية التغيير مع تقدير نتائج الدراسة باستخدام طريقة المربعات المزدوجة (2SLS) حيث بينت نتائج التحليل بأن قطاع السياحة يلعب دورا مهما في الاقتصاد الأردني من خلال توسيع النمو الاقتصادي وخلق الوظائف وزيادة تحصيلات العملة الصعبة. كما بينت النتائج التطبيقية بأن الاستهلاك والاستثمار وصافي الضريبة الحكومية وصادرات السياحة السابقة تلعب دورا ايجابيا في الاقتصاد الأردني بينما تلعب الواردات السابقة دورا سلبيا في النشاط الاقتصادي.

الخلاصة

توضح معظم هذه الدراسات الدور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي بالاعتماد على أراء السائحين حول عوامل الجذب ومستوى الخدمات المقدمة مع محاولة البعض الاعتماد على أراء موظفي القطاع العام. إلا أنه لم يتبين من بين هذه الدراسات دمج أراء القطاعين العام والخاص لدراسة الواقع السياحي بصورة شاملة وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة من خلال إجراء دراسة مسحية تأخذ بعين الاعتبار وجهات نظر الجهات ذات العلاقة بالقطاع السياحي الحكومية منها والخاصة.

الفصل الثالث

واقع القطاع السياحي في الأردن

The Reality of Tourism Sector in Jordan

الفصل الثالث

واقع القطاع السياحي في الأردن

مقدمة

السياحة ظاهرة حضارية حديثة أصبحت علما له أصوله وأدبياته وأساليبه التحليلية ومناهجه البحثية ولم تعد ظاهرة مقتصرة على عدد محدود من الأفراد بل امتدت لتشمل ملايين البشر الذين يتنقلون داخل دولهم أو من مواطنهم الأصلية إلى دول أخرى بغرض الترفيه والإطلاع.

وفي ظل التواصل والتفاعل الإنساني في عصرنا الحاضر واقتراب المجتمعات من بعضها البعض واختصار المسافات بينها نتيجة التطورات التكنولوجية الحديثة في قطاعات النقل والمواصلات وتراجع مخاطرها - تقريبا- أصبحت السياحة في عالمنا المعاصر صناعة مهمة من حيث نسبة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وتوفيرها لفرص العمل ودورها في تحريك النشاط الاقتصادي ناهيك عن توفير العملات الأجنبية الصعبة مما يدعم موازين المدفوعات واحتياطات البنوك المركزية بالعملات الأجنبية.

إن المتتبع لتاريخ الأردن الاقتصادي منذ تأسيس المملكة وحتى الآن يلمس بوضوح تام النهضة الاقتصادية التي حققتها المملكة بخطى سريعة ومتقدمة على الرغم من المعيقات السياسية والعسكرية التي مرت بها المملكة في سنوات متفرقة منذ تأسيسها. والأردن كغيره من الدول، يحتل قطاع السياحة فيه مركزا متميزا في بنية اقتصاده الوطني والذي جعل منه قطاعا إنتاجيا وتنمويا يساهم في دعم وإنجاح خطط التنمية الاقتصادية المتعاقبة. وقد شهد هذا القطاع تطورا واهتماما متزايدا وملحوظا في العقدين الأخيرين شمل العديد من الخدمات والمواقع السياحية، حيث ازداد حجم الاستثمارات السياحية وتوفير مستوى أفضل من التسهيلات والخدمات السياحية الذي أدى في نهاية الأمر إلى تسهيل مهمة تسويق الأردن سياحيا على المستويين الداخلي والخارجي.

وبشكل أخص يشكل قطاع السياحة في الأردن مصدرا رئيسا من مصادر تدفق العملات الأجنبية، حيث يشكل الدخل منه أكثر من عشر الناتج المحلي، ويتوقع أن يشكل هذا القطاع أحد الأعمدة الرئيسة للاقتصاد بل ويمكن أن يكون قطاعا رائدا إذا ما أحسن استغلاله وجرى توظيف المقومات السياحية في خدمة الاقتصاد الأردني على النحو الصحيح.

3-1 مقومات السياحة في الأردن

يتميز الأردن بكثرة وتنوع المواقع السياحية الأثرية والتاريخية والدينية كما يمتاز بمناخه المعتدل والمتنوع وبتوسط موقعه الجغرافي في منطقة الشرق الأوسط مما يجعله مؤهلا لاجتذاب السائحين على اختلاف اهتماماتهم وأهوائهم من مختلف أنحاء العالم. ويمكن القول بأن الأردن يتمتع بالعديد من المعالم السياحية التي تجذب السائحين والزوار من أنحاء العالم لزيارتها وامتلاكه لمقومات طبيعية وحضارية وأمنية وثانوية.

3-1-1 المقومات الطبيعية:

تعتبر الطبيعة من ملامح الجذب السياحي في الأردن بسبب موقعه الجغرافي وتنوع تضاريسه وملاءمة مناخه مما جعله محط أنظار السائحين. ومن أهم المقومات الطبيعية التي يتمتع بها الأردن ما يلي:

1) الموقع الجغرافي:

يقع الأردن في وسط الوطن العربي بين أقاليم سياحية عربية بين خطي طول 34 ^{59} إلى 39 ^{18} شرقا وبين دائرتي عرض 29 ^{11} إلى 33 ^{22} شمالا حيث يمثل مسرحا تلتقي فيه مؤثرات الصحراء مع مؤثرات البحر المتوسط. ويقع الأردن في الجزء الأسيوي من الوطن العربي وتبلغ مساحته (89297) ألف كم^2 وتشكل البادية ما نسبته (80 %) منها. ومن قراءة التاريخ يستدل إلى أن الموقع الجغرافي للأردن كان معبرا تجاريا بين قارتي آسيا وإفريقيا مما جعله أرضا لصراع الإمبراطوريات والدول عبر مراحل التاريخ وخير شاهد على ذلك انتشار الآثار التي تمثل حضارات هذه الإمبراطوريات والدول التي تواجدت عليه. (سماوي،1994)

2) المناخ والتضاريس الطبيعية:

يمتاز الأردن بمناخ متنوع واختلاف في درجة الحرارة نظرا لاختلاف تضاريس ومظاهر سطح الأرض، فبينما يتمتع الأردن بصيف معتدل في عمان والمرتفعات الجبلية وحار في العقبة والأغوار والبحر الميت والصحراء فهو في فصل الشتاء قصير يتميز بالبرودة في المناطق الجبلية والاعتدال في درجات الحرارة في العقبة والأغوار والبحر الميت.

كما يضم الأردن مجموعة من المظاهر التضاريسية المتنوعة التي تلعب دورا هاما في زيادة عوامل الجذب السياحي الطبيعي نظرا للتباين الكبير في أشكاله الأرضية، فنجد البوادي والسهول والوديان والجبال والمرتفعات على جانبي حفرة الانهدام، كما تعتبر مناطق البحر الميت والأغوار الوسطى والشمالية ووادي عربة وخليج العقبة جزءا من الأخدود الإفريقي الأسيوي. كما تتميز الصحراء الأردنية بتباين طبيعتها الطبوغرافية حيث يتخلل بعض جهاتها الطفوح البازلتية والقمم البركانية الخامدة فضلا عن تواجد وادي رم الذي يوفر السياحة الصحراوية وسياحة المغامرات وتسلق الجبال. إضافة إلى الصخور الرملية بألوانها الجميلة والتلال الجرانيتية التي تتصف بها المناطق الجنوبية من الأردن مثل البتراء والتي تزيد من جمال الطبيعة في الأردن. كما أن خليج العقبة الذي يمتاز بجمال ساحله وهدوء مياهه وملاءمته لممارسة الألعاب الرياضية المائية يعتبر من الأماكن التي يحرص السائح على زيارتها ومشاهدتها. (مقابلة والحاج ديب،2000)

ويتوفر في الأردن مساحات واسعة من الغابات الحرجية في مرتفعات عجلون ودبين وجرش التي تمتاز بالمناظر الخلابة واعتدال الجو ونقاء الهواء وقد تم تجهيز الكثير منها بالمنشآت السياحية واعتبارها متنزهات قومية ومناطق سياحية ومنتجعات صحية صيفية ومن هذه المتنزهات متنزه عمان القومي ومتنزه دبين القومي ومتنزه زي القومي.

3) المياه المالحة والمعدنية:

تتمثل المياه المالحة في الأردن بمياه البحر الميت وخليج العقبة، حيث يبلغ طول البحر الميت (93) كم وتبلغ مساحة مسطحة حوالي (464) كيلومترا مربعا وينخفض سطحه (406 م) عن مستوى سطح البحر وتعتبر مياهه أشد ملوحة من أي مسطح مائي على سطح الأرض إذ تصل نسبة ملوحته إلى (32 %) تقريبا وهو ما يعادل (9) أضعاف ملوحة مياه المحيطات. ويعتبر نهر الأردن المصدر الرئيسي لمياهه بالإضافة إلى أودية الموجب والحسا والكرك، وعلى الرغم من ذلك يعتبر البحر الميت معلما سياحيا يأتيه السائحون من مختلف أنحاء العالم. كما يعد خليج العقبة من المنتجعات السياحية الهامة في الأردن حيث يبلغ طول شاطئه (27) كيلومترا تنتشر عليها الفنادق والمطاعم والاستراحات السياحية. (مقابلة والحاج ديب،2000)

كما أن للمياه المعدنية دور في تنشيط الحركة السياحية العلاجية لاحتوائها على أملاح الصوديوم والمغنيسيوم والكالسيوم والكبريت التي تساعد على الشفاء من بعض الأمراض الجلدية وبعض أمراض الجهاز التنفسي.

ويظهر على طول خط الانكسار الناجم عن حفرة الانهدام مجموعة كبيرة من الينابيع الحارة المعدنية في الأردن مثل الحمة الأردنية والشونة الشمالية وطبقة فحل والأزرق وحمامات ماعين وحمامات زاره وحمامات عفرا. (مقابلة والحاج ديب،2000)

2-1-3 المقومات التاريخية والحضارية:

الأردن بلد عريق توالت عليه أمم عديدة وحضارات قديمة تركت آثارا كثيرة على امتداد طوله وعرضه والتي ما زالت تحافظ على روعتها وجمالها مما جعله متحفا تاريخيا وثقافيا مهما.

فقد عاشت منطقة الأردن تحت النفوذ اليوناني بعد أن تغلب الإسكندر المقدوني على الفرس عام (332 ق.م) وقد تم في ذلك الوقت العمل على صبغ البلاد بالصبغة اليونانية عن طريق نقل مستوطنين يونانيين إلى هذه البلاد، حيث تم تشييد العديد من المدن على الطراز اليوناني مثل جرش وأم قيس وطبقة فحل وعراق الأمير والتي اشتملت على عناصر من الفنون وأساليب العمارة اليونانية، كما تم إطلاق أسماء على بعض المدن الأردنية مثل جدارا (أم قيس) وأنطاكية (جرش).

كما أقام الأنباط حضارة متميزة في الأردن ابتداء من القرن الرابع قبل الميلاد حتى سنة (106م)، وقد تركوا آثارا معمارية وحضارية في مواقع مختلفة مثل: مأدبا، وذيبان، وخربة التنور، وأم الجمال، والخزعلي (وادي رم)، وطلح (وادي عربة). (سماوي،1994)

وأسس الأنباط مدينة البتراء واعتبروها عاصمة لمملكتهم والتي تعتبر من أفضل صور الفن المعماري النبطي وأفضل أثر باق عن حضارة الأنباط. فالمدينة النبطية المنحوتة في الصخر ما زالت إلى الآن تتمتع بمعالمها الخلابة، على الرغم من مؤثرات الطبيعة والإنسان، من أهمها الخزنة والدير وقصر البنت ومكان الأضاحي المرتفع ومعاقل الجن وضريح المسلة وثلاثية باب السيق والمدرج وضريح الجرة وشارع الأعمدة. وقد بلغ عدد زوارها حوالي (393186) زائرا عام (2005) كما يظهر من الجدول رقم (3-13).

وتأثرت المدن الأردنية بالحضارة الرومانية عن طريق انعكاس ملامح الفن والبناء المعماري الروماني المتمثل بصفوف الأعمدة والمسارح والمعابد والطرق المبلطة. وتعد مدينة جرش من أبرز المواقع الرومانية في الأردن التي ما زالت تحتفظ بصفات المدينة الرومانية المتكاملة من خلال مجموعة من الآثار الصامدة أمام الطبيعة والإنسان مثل معبدي ارتيميس وزيوس وقوس هادريان وشارع الأعمدة والمدرجات والبوابات الرباعية والكنائس وسبيل الحوريات والحمامات الغربية. (سماوي،1994)

كما أن للحضارة البيزنطية أثر واضح في الأردن تتمثل في الكنائس التي أقيمت في المدن الرومانية القديمة مثل جرش وعمان وأم قيس وطبقة فحل ومأدبا والتي بنيت على الطراز الباسيلقي مع أجزاء نصف دائرية حيث كان لمعظم هذه الكنائس أرضيات مزخرفة بالفسيفساء تحتوي على صور لأشخاص وكائنات حية أخرى. ومن أهم آثار الفسيفساء التي تعود للعصر البيزنطي الخريطة الأثرية المرسومة بالفسيفساء في مأدبا والتي تمثل أرض الأردن وفلسطين والجزء الشمالي من مصر، كما توجد في جرش آثار لنحو ستة عشر كنيسة بيزنطية. وقد كانت بعض المدن تمثل مراكز دينية مهمة في تلك الفترة من أبرزها مأدبا وجرش والبتراء. (سماوي،1994)

أما الآثار الإسلامية في الأردن فتتمثل بصروح معمارية ذات صبغة دينية أو مدنية، ولعل المساجد والأضرحة تمثل أحد أهم المعالم الدينية الإسلامية حيث دلت الاكتشافات على وجود عدد من المساجد في المدن البيزنطية. وقد شكلت الصروح المدنية والمباني الخاصة بالخلفاء والحكام الأمويين أبرز الإنجازات المعمارية الإسلامية مثل قصور عمرة والمشتى والحلابات.

كما يتواجد في الأردن آثار صليبية، حيث أسس الصليبيون مملكة القدس التي امتدت جذورها إلى شرقي الأردن وعند احتلالهم مدينة الكرك أقاموا فيها قلعة حصينة لتكون منطلقا لقوافلهم نحو بلاد الشام والقبائل العربية والسيطرة على طريق الحج والقوافل التجارية، كما تعد قلعة الشوبك من القلاع الصليبية والتي أطلق عليها اسم (مونتريال). (سماوي،1994)

وجاء من بعدهم الأيوبيون الذين أشادوا قلعة عجلون والتي تم إنشاؤها للحيلولة دون توسع مملكة الصليبيين وللمحافظة على خطوط المواصلات التي تربط بين مصر ودمشق.

أما آثار العثمانيين في الأردن فتمثلت بحصون صغيرة مربعة الشكل تقع في القطرانة والحسا إضافة إلى الخط الحديدي الحجازي الذي يصل تركيا بالحجاز مرورا بسورية والأردن.

ويتوافر في الأردن العديد من المنشآت الحضارية والاقتصادية والثقافية التي أصبحت لها قوة جذب سياحية مهمة من أبرزها المتحف الوطني وصرح الشهيد ومدينة الحسين للشباب والجامعات الأردنية والمركز الثقافي الملكي والمتنزهات الوطنية في دبين و زي ومحمية الشومري في الأزرق إضافة إلى منشآت اقتصادية بارزة كالمصانع والفنادق العالمية فضلا على اهتمام الأردن بتنمية النشاطات المختلفة مثل إقامة المعارض التجارية والصناعية والمهرجانات الثقافية والرياضية لإبراز الوجه والمستوى الحضاري للأردن إضافة إلى التركيز على إبراز التراث الأردني عن طريق الفرق الشعبية الغنائية. (سماوي،1994)

3-1-3 المقومات الأمنية:

لقد حرص الأردن على أن يسود الأمن والأمان جميع أنحائه ليتمكن السائح من التجوال في سائر أنحاء الأردن بطمأنينة، كما حرص كذلك على أن تسود العلاقات الجيدة مع الدول المجاورة. ونظرا لموقع الأردن الجغرافي الحساس وتعدد الدول المجاورة له فإنه سريع التأثر بما يجري من أحداث في الدول المجاورة. ولما كان عدم توفر الأمن والاستقرار ذا تأثير سلبي على السياحة فإن شعور السائح بالأمان الشخصي واستقرار الوضع الاقتصادي والسياسي في الأردن ساهم إلى حد بعيد في تحقيق الأمن والاستقرار.

4-1-3 المقومات الثانوية (الخدمات السياحية):

يعتبر العمل السياحي الأردني نشاطا تقوم به مجموعة من المؤسسات المختلفة والمترابطة يشرف على تنظيمها والتنسيق فيما بينها وزارة السياحة والآثار حيث تعتبر الخدمات السياحية أمرا جوهريا في تشجيع العملية السياحية وذلك بسبب اقتران ازدهار الحركة السياحية بتطور الخدمات السياحية فضلا على أن انتقاء أنواع من الخدمات تتلاءم مع أذواق السائحين وطبيعتهم تسهم بشكل مباشر في إنجاح العملية السياحية. ومن أهم الهياكل السياحية المتوفرة في الأردن لجميع الأنشطة السياحية:

1) الخدمات الفندقية:

لقد شهدت الفترة التي تلت عام (1970) تطورا كبيرا في إنشاء الفنادق، حيث يلاحظ من الجدول رقم (3-1) ارتفاع أعداد الفنادق من (92) فندقا في عام (1970) إلى (224) فندقا في عام (1990) لتصل إلى (468) فندقا في عام (2005). وتبعا لهذه الزيادة فقد ازدادت الطاقة الاستيعابية للفنادق من (1448) غرفة في عام (1970) إلى (20827) غرفة في عام (2005) وارتفاع عدد الأسرة من (3396) سريرا من عام (1970) إلى (40480) سريرا في عام (2005).

أما الفنادق المصنفة في المملكة لعام (2005) فيبلغ عددها (198) فندقا تحتوي على (14679) غرفة وعلى (27631) سريرا كما هو وارد في الجدول رقم (3-2).

جدول رقم (3-1)
أعداد الفنادق والغرف الفندقية والأسرة للفترة (1970 - 2005)

السنة	عدد الفنادق	عدد الغرف الفندقية	عدد الأسرة
1970	92	1448	3396
1971	94	1544	3603
1972	99	1556	3639
1973	102	1567	3747
1974	105	1660	3887
1975	119	2048	4674
1976	131	2287	5251
1977	145	2853	6082
1978	170	3640	7650
1979	156	3689	7613
1980	170	4372	9037
1981	177	5001	10562
1982	219	6373	12693
1983	223	7168	14273
1984	226	7056	14042
1985	223	5479	10179
1986	215	6929	13735
1987	220	7181	14229
1988	219	7265	14308
1989	223	7458	15134
1990	224	7576	15302
1991	223	7592	15624
1992	241	8083	16315
1993	254	8384	16791
1994	262	8680	17360
1995	274	8848	17696
1996	324	11493	22735
1997	336	12109	23777
1998	380	13704	27050
1999	422	16181	31765
2000	418	15800	34433
2001	472	19200	37385
2002	461	19389	37289
2003	458	19698	37859
2004	463	19945	38658
2005	468	20827	40480

المصدر: السنوات (2001-1970) The Impact of Tourism in the Jordanian Economy, El-Nader & Al-Raimony
السنوات (2005-2002) وزارة السياحة والآثار www.mota.gov.jo

كما يستدل من الجدول رقم (3-2) بأن عدد الأيدي العاملة في الفنادق المصنفة بلغت حوالي (11566) عاملا منهم (803) عاملا من غير الأردنيين، في حين كانت النسبة الكبرى للأيدي العاملة من الأردنيين التي بلغت حوالي (10763) عاملا أي بنسبة مئوية مقدارها (93 %) من مجموع الأيدي العاملة في الفنادق المصنفة مما يؤكد اعتماد القطاع الفندقي على الأيدي العاملة المحلية.

جدول رقم (3-2)
عدد الفنادق المصنفة والغرف والأسرة والعاملين في الفنادق المصنفة وفق الموقع لعام (2005)

الموقع	مجموع العاملين	الأيدي العاملة: غير الأردنيين: المجموع	غير الأردنيين: انثى	غير الأردنيين: ذكر	الأردنيين: المجموع	الأردنيين: انثى	الأردنيين: ذكر	عدد الأسرة	عدد الغرف الفندقية	عدد الفنادق
عمان	7761	382	107	275	7379	539	6840	17548	9468	119
العقبة	1485	318	51	267	1167	56	1111	4198	2188	27
البتراء	901	47	3	44	854	9	845	3287	1752	26
اربد	55	0	0	0	55	6	49	353	147	6
مادبا	54	5	2	3	49	21	28	171	86	4
البحر الميت	1129	37	20	17	1092	49	1043	1308	682	3
الكرك	14	6	1	5	8	1	7	86	42	3
الزرقاء	6	1	0	1	5	0	5	122	51	2
الأزرق	13	0	0	0	13	1	12	52	24	1
عجلون	11	2	0	2	9	0	9	74	35	2
جرش	21	2	0	2	19	1	18	80	38	2
الرويشد	3	0	0	0	3	0	3	28	10	1
الفحيص	3	1	0	1	2	0	2	40	14	1
حمامات ماعين	110	2	0	2	108	6	102	284	142	1
المجموع	11566	803	184	619	10763	689	10074	27631	14679	198

المصدر: وزارة السياحة والآثار www.mota.gov.jo

وبالنظر إلى عامل الجنس في القوى العاملة في القطاع السياحي يتضح من الجدول رقم (3-2) مشاركة المرأة الأردنية في العمل السياحي في مجال الفنادق المصنفة حيث بلغت أعدادها حوالي (689) عاملة متجاوزة بذلك أعداد مثيلاتها من الأيادي العاملة من غير الأردنيين التي بلغ عددها (184) عاملة مما يؤكد مرة أخرى امتلاك الأردن لعنصر العمل ومن كلا الجنسين. أما التوزيع الجغرافي لهذه الفنادق فيشير الجدول رقم (3-2) بأن العاصمة عمان تحظى بالنصيب الأكبر من مجموع الفنادق المصنفة على مستوى الأردن حيث بلغ عددها (119) فندقا مشكلة ما نسبته (60 %) من مجموع الفنادق المصنفة في المملكة في حين توزعت النسبة الباقية على بقية المناطق الموضحة في الجدول رقم (3-2).

2) مكاتب السياحة والسفر:

تتولى مكاتب السياحة والسفر الإشراف على الرحلات السياحية المنظمة والعمل على استقبال الأفواج السياحية الوافدة إلى الأردن وتنظيم الرحلات السياحية للأردنيين في الخارج والداخل من حيث التسويق والنقل والإيواء والإرشاد وغيرها من مستلزمات الرحلة السياحية.

وقد ارتفع عدد المكاتب السياحية في الأردن من (403) مكتبا سياحيا في عام (2002) إلى (426) مكتبا في عام (2003) لترتفع في عام (2004) إلى (466) مكتبا حيث بلغت نسبة الزيادة في المكاتب السياحية من عام (2003) إلى عام (2004) نحو (9.4 %) لتنخفض في عام (2005) إلى (431) مكتبا كما يشير إلى ذلك الجدول رقم (3-3).

كما يشير الجدول رقم (3-4) إلى التوزيع الجغرافي لمكاتب السياحة والسفر في الأردن للعام (2005) والبالغ عددها (431) مكتبا توزعت على مختلف مناطق المملكة. ويستدل من الجدول بأن الغالبية العظمى لمكاتب السياحة والسفر قد تركزت في العاصمة عمان إذ يوجد فيها ما نسبته (84.7 %) من مكاتب السياحة والسفر والبالغ عددها (365) مكتبا سياحيا في حين توزعت النسبة الباقية على بقية المناطق كما هو موضح في ذات الجدول.

جدول رقم (3-3)
المقومات الثانوية لقطاع السياحة للفترة (2002 - 2005)

البند	2002	2003	2004	2005
المكاتب السياحية	403	426	466	431
المطاعم السياحية بجميع فئاتها	376	374	448	525
مكاتب تأجير السيارات	259	232	241	254
متاجر التحف الشرقية	230	211	185	236
الأدلاء السياحيين	570	547	601	672
مرافقو الرواحل	386	353	493	613
شركات النقل السياحي	4	4	4	3
مراكز الغوص	-	-	7	8
الرياضة المائية	-	-	3	3
قوارب سياحية(قوارب زجاجية)	-	-	75	80
عدد السيارات السياحية	4089	3703	4258	5913
عدد الحافلات السياحية	345	343	346	372

المصدر: وزارة السياحة والآثار www.mota.gov.jo

جدول رقم (3-4)
التوزيع الجغرافي لمكاتب السياحة والسفر في الأردن للعام (2005)

المنطقة	العدد	النسبة المئوية
عمان	365	% 84.7
العقبة	26	% 6.04
اربد	12	% 2.8
البتراء	10	% 2.3
الزرقاء	6	% 1.4
المفرق	2	% 0.46
البلقاء	2	% 0.46
الكرك	2	% 0.46
جرش	2	% 0.46
مأدبا	1	% 0.23
الرصيفة	1	% 0.23
معان	1	% 0.23
وادي رم	1	% 0.23
المجموع	431	%100

المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على بيانات وزارة السياحة والآثار

3) المطاعم السياحية بجميع فئاتها:

تقوم المطاعم السياحية بجميع فئاتها بتقديم خدمات الطعام والشراب للسائحين والزوار والمواطنين جنبا إلى جنب مع ما تقوم به فنادق الدرجة الأولى في هذا المجال، أما المطاعم السياحية المتخصصة فهي مطاعم مصنفة من خمسة نجوم إلى نجمة واحدة وتقوم بتقديم خدماتها وفق الأصول الدولية. وقد بلغ عدد المطاعم السياحية بجميع فئاتها المتوفرة في المملكة (376) مطعما في عام (2002) ارتفعت في العام (2005) إلى (525) مطعما محققة نسبة زيادة بلغت حوالي (39.6 %) كما يشير إلى ذلك الجدول رقم (3-3). ويشير الجدول رقم (3-5) إلى المطاعم السياحية بجميع فئاتها للعام (2002) المتواجدة في المملكة باستثناء المطاعم السياحية الموجودة في العقبة.

جدول رقم (3-5)
المطاعم السياحية بجميع فئاتها للعام (2002)

التصنيف	المجموع
المطاعم السياحية فئة النجمة الواحدة	62
المطاعم السياحية فئة النجمتين	75
المطاعم السياحية فئة الثلاث نجوم	48
المطاعم السياحية فئة الأربع نجوم	28
المطاعم السياحية فئة الخمس نجوم	2
الكفتيريا السياحية فئة النجمة الواحدة	55
الكفتيريا السياحية فئة النجمتين	22
الكفتيريا السياحية فئة الثلاث نجوم	3
النوادي الليلية فئة النجمة الواحدة	21
النوادي الليلية فئة النجمتين	4
النوادي الليلية فئة الثلاث نجوم	4
الحانات فئة النجمة الواحدة	3
الحانات فئة النجمتين	4
مدن التسلية والترويح فئة النجمتين	2
مدن التسلية والترويح فئة الخمس نجوم	1

المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على بيانات قسم المنشآت الفندقية والمطاعم السياحية- وزارة السياحة والآثار
* جميع المطاعم في المملكة باستثناء مطاعم العقبة للعام (2002)

4) مكاتب تأجير السيارات:

تعتبر مكاتب تأجير السيارات من العوامل المؤثرة في زيادة مرونة تنقل السائحين بين المواقع السياحية في الأردن حيث بلغ عددها في عام (2002) نحو (259) مكتبا كما يشير إليها الجدول رقم (3-3) إلا أن أعداد مكاتب تأجير السيارات أخذت بالتناقص في الأعوام التالية إذ بلغ عددها نحو (232) مكتبا في عام (2003) ونحو (241) مكتبا في عام (2004) ونحو (254) في عام (2005). ولكن وعلى الرغم من التراجع النسبي في أعداد مكاتب تأجير السيارات إلا أن ذلك تم تعويضه من خلال ازدياد أعداد السيارات السياحية التي بلغت في عام (2002) نحو (4089) سيارة سياحية ارتفعت أعدادها إلى (5913) سيارة سياحية في عام (2005) بنسبة زيادة بلغت (44.6 %).

5) متاجر التحف الشرقية:

يوجد في الأردن العديد من متاجر التحف الشرقية التي تقوم بعرض المنتجات المحلية من التحف والهدايا التذكارية بهدف بيعها للسائح. ولكن وعلى الرغم من الدور الذي تحققه متاجر التحف الشرقية في زيادة إيرادات قطاع السياحة إلا أنه لوحظ في الفترة الأخيرة تناقص أعداد هذه المتاجر كما يشير إليها الجدول رقم (3-3) حيث بلغ عدد متاجر بيع التحف في عام (2002) حوالي (230) متجرا تناقصت أعدادها في السنوات اللاحقة حتى بلغ عددها نحو (185) متجرا في العام (2004) لتزداد أعدادها إلى (236) في عام (2005) ويعزى السبب في ذلك إلى هجرة بعض الأيدي العاملة في الصناعات التقليدية والتحاقها بمجالات عمل أخرى من الممكن أن تكون ذات علاقة بالقطاع السياحي وذلك بالنظر إلى المردود المادي المتأتي من الالتحاق بمجالات العمل الأخرى.

6) الأدلاء السياحيون:

يساهم الأدلاء السياحيون بالتعريف بالمقومات السياحية وإبرازها بشكل منسق. ويستدل من الجدول رقم (3-3) بأن الأدلاء السياحيين المرخصين بلغ عددهم حوالي (570) دليلا في عام (2002) ارتفع عددهم إلى (672) دليلا في عام (2005) بنسبة زيادة بلغت حوالي (17.9 %).

7) مرافقو الرواحل:

تساهم الرواحل في نقل السائحين داخل المناطق الأثرية في مدينة البتراء الأثرية ومنطقة السويمة السياحية. وقد بلغ عدد الرواحل في عام (2002) ما يقرب من (386) راحلة كما يوضحها الجدول رقم (3-3) لترتفع في العام (2005) إلى نحو (613) راحلة بنسبة زيادة بلغت حوالي (58.8 %) الأمر الذي يشير إلى ازدياد إقبال السائحين على الرواحل باعتبارها وسيلة نقل تحقق لهم مزيدا من المتعة وإمكانية التجوال بين المعالم الأثرية والسياحية.

8) شركات النقل السياحي:

يعتبر النقل السياحي من العوامل المؤثرة في الحركة السياحية حيث تساهم هذه الشركات بتسهيل تنقل السائحين داخل الأردن وتنظيم رحلات سياحية داخلية إلى المناطق السياحية إضافة إلى تسيير خطوط منتظمة مع الدول المجاورة. وقد أعطى القانون الأردني صلاحية نقل السياح إلى شركات مختصة في حين لم يسمح القانون لأصحاب الفنادق ومكاتب السياحة والسفر بامتلاك وسائط النقل. وتعمل في الأردن أربع شركات سياحية حتى نهاية عام (2004) حيث باشرت الشركة الأولى أعمالها في عام (1973) وهي شركة النقليات السياحية الأردنية (جت) باستخدام أربع حافلات فقط ارتفع عددها إلى نحو (145) حافلة في عام (1993) نتيجة تطور الحركة السياحية. وتأسست في عام (1995) شركة نقل سياحية أخرى هي الشركة الأردنية للاستثمار والنقل السياحي (ألفا) تلتها شركة البتراء للنقل السياحي في العام التالي. أما الشركة الرابعة فهي شركة رم للنقل السياحي التي بدأت أعمالها مع حلول العام (2002)، ليتناقص عدد هذه الشركات إلى (3) شركات في العام (2005) بعد تصفية شركة البتراء للنقل السياحي، وهي بصدد تغيير الاسم التجاري لها ليصبح شركة المحفظة العقارية الاستثمارية المساهمة العامة **(جريدة الدستور، العدد 15078، الثلاثاء 25 – ربيع الثاني – 1427هـ الموافق 23 – أيار – 2006م، عمان، الأردن).**

وقد بلغت أعداد الحافلات السياحية في عام (2002) نحو (345) حافلة انخفضت في عام (2003) بمعدل حافلتين لترتفع في عام (2005) إلى (372) حافلة كما يشير إلى ذلك الجدول رقم (3-3).

وتساهم الملكية الأردنية للطيران مساهمة فعالة في نمو الحركة السياحية في الأردن من خلال ربط الأسواق السياحية العالمية بالأردن حيث تمتلك الملكية الأردنية وكالة سياحة وسفر تتعامل مع الوكالات السياحية العالمية لجذب السائحين إلى داخل الأردن على شكل أفواج. وقد حصلت الملكية الأردنية على العديد من الجوائز العالمية كان أشهرها الجائزة الذهبية الأولى التي منحها نادي السياحة الدولي في اسبانيا عام (1995) كأفضل شركة طيران على مستوى العالم تقوم بالتسويق السياحي لبلدها في الخارج.

أما عن الأنشطة السياحية الأخرى فيوجد في المملكة ثمانية مراكز للغوص ونحو ثلاث رياضات مائية إضافة إلى توفر (80) قاربا سياحيا مصنوعا من الزجاج وذلك حتى نهاية العام (2005) كما يوضح ذلك الجدول رقم (3-3).

وبناء على ما تقدم، نجد في الوقت الراهن بأن مدينة العقبة قد شكلت منافسا حقيقيا للعاصمة عمان ذات النسبة الكبرى في تمركز المقومات السياحية الثانوية (الخدمات السياحية) إذ أصبحت العقبة تشكل منطقة اقتصادية خاصة ونقطة جذب سياحي رئيس على مستوى الشرق الأوسط والعالم، وما الاستثمارات الهائلة في ذلك الخليج إلا برهانا على النمو المتسارع لصناعة السياحة في تلك البقعة من المملكة.

2-3 أنواع السياحة الأردنية

يتمتع الأردن بمزايا ومقومات جغرافية وتاريخية وطبيعية تجعل منه بلدا سياحيا، ومع توفر العديد من المواقع السياحية فإن الأردن يتمتع بأشكال السياحة التالية:

1) السياحة الدينية:

تعد السياحة الدينية من أقدم أنواع السياحة التي مارسها الإنسان منذ العصور القديمة والوسطى بهدف زيارة الأماكن المقدسة. وتوجد في الأردن العديد من القصور والقلاع الإسلامية والمساجد الأثرية والتاريخية وأضرحة الصحابة والمقامات، إضافة إلى قرب الأردن من الأماكن الإسلامية المقدسة في المملكة العربية السعودية وفلسطين. ومن الأمثلة على المواقع الدينية الإسلامية في الأردن وجود مقامات الصحابة في مؤتة مثل مقام زيد بن حارثة ومقام جعفر بن أبي طالب ومقام عبدا لله ابن رواحه، أما غور الأردن ففيه مقام أبي عبيدة عامر بن الجراح ومقام معاذ بن جبل ومقام عامر ابن أبي وقاص رضي الله عنهم أجمعين. أما السياحة الدينية المسيحية فتتمثل في العديد من الأماكن منها كنيسة سيدة الجبل في عجلون وكنيسة العذراء في مأدبا والمغطس.

2) السياحة العلاجية وسياحة الاستجمام:

بدأ الإنسان باستغلال وسائل العلاج الطبيعي منذ أمد طويل حيث كان الاستشفاء بالمياه الحارة أول ما أثار تفكير الإنسان البدائي. ونظرا لما يتمتع به الأردن من مقومات طبيعية وموقع جغرافي يتوفر فيه العديد من ينابيع المياه المعدنية فقد غدا مهدا للحضارات المتعددة وراجت فيه السياحة العلاجية. واليوم تبرز واضحة مجموعة من الينابيع الحارة التي تتركز في منطقة الطفيلة ومنطقة اللسان - غور الكرك وحمامات ماعين وزارا ومنطقة جرش - دير علا ومنطقة الحمة الأردنية ووادي نهر اليرموك ووادي العرب ومنطقة الأزرق.

وقد عرف الأيوتو عام (1973) السياحة العلاجية ووصفها بأنها " كافة التسهيلات الصحية المقدمة باستخدام الموارد الطبيعية للدولة وبشكل خاص المياه المعدنية والمناخ " (الجلاد،2000).

وتوجد في الأردن منطقة فريدة في العالم هي منطقة البحر الميت التي تتميز بمناخ فريد وملوحة مياهه وامتلائها بالمعادن والطين العلاجي. وينابيع الأردن كانت وما زالت مصدر حياته وباعث الحضارة في جنباته، فكم من حضارة قامت حولها وكم من أمة قامت للاستحواذ عليها وها هي اليوم تعود إلى سالف عهدها عاملة على رفعة الأردن ونمائه وتطوره وازدهاره.

3) السياحة الثقافية:

تشمل السياحة الثقافية زيارة المواقع الأثرية للإطلاع عليها ودراسة عادات وتقاليد وحضارات الشعوب عبر الأجيال والأزمنة الماضية حيث يتوافر في الأردن العديد من هذه المواقع الأثرية التي تمثل حضارات قرون غابرة وأمم سادت ثم بادت كالبتراء وجرش وقلعة الربض والقصور الصحراوية وأم قيس وغيرها الكثير. (مقابلة والحاج ديب،2000)

وعلى الرغم من صغر مساحة الأردن الجغرافية إلا أن تاريخها الغني بالحضارات التي تعاقبت عليها من رومانية وإغريقية وعربية وإسلامية وتعدد المواقع الأثرية على مختلف بقاع الوطن جعلت منه بلدا جاذبا للسائحين من مختلف أنحاء المعمورة.

4) السياحة الرياضية:

إن الدافع من وراء هذا النوع من السياحة هو توفر الرغبة في ممارسة نوع من أنواع الرياضة سواء أكانت مائية بالتزلج على الماء أم السباحة أم غيرها من ميادين الرياضة المتعددة وخاصة في منطقة العقبة ووادي رم والأزرق. وقد أصبح الأردن في مكان يؤهله لاستقبال دورات إقليمية وعالمية عديدة في مجال الرياضة وخير مثال على السياحة الرياضية في الأردن الدورة العربية التاسعة (دورة الحسين) ودورة ذوي الاحتياجات الخاصة (دورة الوفاء للحسين).

5) سياحة المغامرة:

ويقصد بهذا النوع من السياحة زيارة الأماكن البعيدة عن المدن كالغابات والصحاري المنتشرة في أماكن عديدة من المملكة في جبال الشراه وغابات عجلون ومنطقة وادي رم والأزرق والمنطقة الصحراوية الواقعة جنوبي شرق المملكة. (مقابلة والحاج ديب،2000)

6) سياحة الاصطياف والمشاتي:

إن تنوع المناخ في مناطق المملكة المختلفة يجعل منه موقعا مميزا للاصطياف والمشاتي مما يزيد من عناصر الجذب السياحي إليها، وتعتبر أحراج وجبال عجلون ودبين وعمان مصيفا للوافدين لقضاء الإجازات الصيفية والاستمتاع بالأجواء والمناظر الخلابة. وبالمقابل فإن السائح يبحث عن أماكن الدفء الطبيعي في فصل الشتاء وهذا النوع من السياحة متوفر في أماكن عديدة من المملكة أهمها الأغوار والبحر الميت والعقبة. (مقابلة والحاج ديب،2000)

7) سياحة المناسبات والزيارات:

يتوفر في الأردن العديد من الأماكن لتنظيم المؤتمرات والاحتفالات واللقاءات ذات الطابع الديني أو الفني أو الرياضي أو الشعبي أو السياسي أو الاقتصادي أو العلمي مثل قصر الثقافة في مدينة الحسين للشباب حيث يشكل هذا النوع من السياحة وسيلة دعائية للأردن فضلا عن الدخل المباشر للبلد إضافة لما تقدمه الفنادق المختلفة من خدمات مميزة ذات جودة عالية في هذا الخصوص.

أما سياحة الزيارات فيكون الدافع من ورائها زيارة الأهل والأصدقاء والمعارف حيث يزداد هذا النوع من السياحة في الأردن بشكل واضح في فصل الصيف نظرا لقضاء معظم الوافدين العرب إجازات طويلة داخل الربوع الأردنية بين الأهل والأقارب والأصدقاء إضافة إلى العديد من الأردنيين الذين يأتون من خارج البلاد لقضاء الإجازات مع الأهل والأقارب والأصدقاء في المملكة.

8) السياحة التجارية:

إن الدافع من وراء هذا النوع من السياحة هو زيارة المعارض والمصانع والأسواق التجارية حيث أصبح الأردن شديد الاهتمام بهذا النوع من خلال توقيع اتفاقية الشراكة الأوروبية وتشجيع الاستثمار والتصدير، ويلاحظ وجود العديد من الشركات والمؤسسات المميزة في هذا المجال مثل معرض الأردن الدولي. وقد بان أثر هذا النوع من السياحة على أثر توقيع معاهدة السلام وسياسة الانفتاح وتوجهات الدولة الجديدة. (مقابلة والحاج ديب،2000)

3-3 الأبعاد الاقتصادية لقطاع السياحة في الاقتصاد الأردني

في ضوء الحديث عن أهمية الجانب الاقتصادي للتنمية السياحية تبرز أهمية الحديث عن ما تحققه السياحة من آثار اقتصادية على الاقتصاد الوطني. فالإيرادات المتحققة من القطاع السياحي تحقق دعما وفيرا من النقد الأجنبي اللازم لتدعيم ميزان المدفوعات والحد من العجز في الحساب الجاري وتدعيم القوة الشرائية للعملة المحلية (مع الأخذ بعين الاعتبار صافي إيرادات ومدفوعات السياحة لبيان الأثر الحقيقي على الدخل من العملات الأجنبية). أما فرص العمل الناتجة عن النشاط السياحي فهي ناتجة عن التوسع العام في الطلب على السلع والخدمات نتيجة التوسع في النشاط السياحي كما أن للسياحة أثرا خاصا على تشغيل أعداد كبيرة من الأيدي العاملة في بناء التسهيلات والخدمات السياحية. كما توفر السياحة دخلا لا بأس به للحكومة من خلال مدخلات مباشرة تتمثل بالدخل المباشر من إنفاق السائحين والضرائب على المؤسسات أو الخدمات التي يتأتى دخلها من السياحة، إضافة إلى مدخلات غير مباشرة عن طريق فرض رسوم الضرائب على تقديم السلع والخدمات التي يتم استهلاكها من قبل السائح مثل ضرائب المبيعات والجمارك.

ولا شك أن التنمية السياحية أينما وجدت فإنها تجلب معها انتعاشا اقتصاديا في قطاعات أخرى مثل قطاعات الزراعة والإنشاءات والخدمات المالية والمصرفية ووكالات السياحة والسفر المحلية والصناعات التقليدية، فضلا عن دورها في تحسين الخدمات المقدمة للمجتمع المحلي كالبنية التحتية والمواصلات والخدمات العامة.

يلعب القطاع السياحي دورا هاما في الاقتصاد الأردني من خلال مساهمته المباشرة في الدخل القومي وتشابكه مع باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، وتبرز الأبعاد الاقتصادية لقطاع السياحة في الاقتصاد الأردني من خلال:

1) مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

تختلف مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي من عام لأخر تبعا للتطورات السياسية والقطاعات الاقتصادية الأخرى المكونة لهذا الناتج. فمن الجدول رقم (3-6) يستدل بأن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي قد بلغت (14.6 %) في عام (1981) ثم بدأت بالتراجع في الفترة ما بين (1989 - 1992) حيث بلغت في عام (1989) نسبة (13.26 %) لتنخفض هذه النسبة في عام (1990) إلى (12.73 %) في حين سجلت أدنى مساهمة لها في عام (1991) حيث بلغت (8.6 %) ويعزى هذا الانخفاض بشكل رئيس إلى أزمة الخليج واعتماد الأردن على السياحة العالمية بشكل كلي وقلة مساهمة السياحة الداخلية في الدخل السياحي الأردني.

جدول رقم (3-6)

مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (1970 - 2005)

السنة	نسبة المساهمة	السنة	نسبة المساهمة	السنة	نسبة المساهمة	السنة	نسبة المساهمة
1970	9.72	1979	11.73	1988	11.36	1997	11.1
1971	9.5	1980	12.64	1989	13.26	1998	9.49
1972	9.13	1981	14.6	1990	12.73	1999	9.42
1973	9.06	1982	14.88	1991	8.6	2000	10.05
1974	8.37	1983	14.1	1992	9	2001	10.39
1975	13.05	1984	14.57	1993	10.26	2002	9.92
1976	11.8	1985	14.33	1994	9.57	2003	10.4
1977	12.54	1986	12.64	1995	10.14	2004	10.4
1978	11.59	1987	12.18	1996	11.14	2005	10.6

المصدر: بيانات إحصائية سنوية / البنك المركزي الأردني / عدد خاص 1994
بيانات إحصائية سنوية / البنك المركزي الأردني / عدد خاص 2004
بيانات إحصائية شهرية / البنك المركزي الأردني / المجلد 42 ـ العدد 6 ـ حزيران 2006

وبعد تلك الفترة حققت مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي نموا متذبذبا إذ وصلت في عام (1994) إلى ما نسبته (9.57 %) لتصل في عام (2005) إلى (10.6 %). وإجمالا فإن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بلغت نحو (10 %) في الفترة التي تلت أزمة الخليج.

2) مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات:

من الطبيعي أن تكون مرونة الدخل والطلب على السياحة مرتفعة في الدول المتقدمة ولكن هذا لا يعني بالضرورة وجود مكاسب محتملة في توزيع الموارد المتاحة لصناعة السياحة وذلك لأن أي أثر ايجابي على ميزان المدفوعات يمكن أن يتلاشى من خلال الملكية والإدارة الأجنبية للمنشآت السياحية. وكما هو معروف، فإن الاقتصاد الأردني اقتصاد استهلاكي - يستهلك أكثر مما ينتج - كما هو الحال في أغلب الدول النامية، فهي في فترة التنمية تحتاج إلى العديد من السلع والآلات اللازمة لتنفيذ مشاريعها وتنفيذ خططها الإنمائية. إلا أن المشكلة تتمثل في حال كانت معظم مستورداتها من السلع الاستهلاكية وخاصة الكمالية منها الأمر الذي يؤدي إلى زيادة المديونية ومن هنا تأتي أهمية السياحة لهذه الدول في تعديل موازين مدفوعاتها. (مقابلة والحاج ديب،2000)

جدول رقم (3-7)
مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات للفترة (1992 - 2005)

السنة	الدخل السياحي (بالمليون)	الصادرات الكلية السلعية (بالألف)	الصادرات الوطنية السلعية (بالألف)	نسبة الدخل السياحي من الصادرات الكلية السلعية	نسبة الدخل السياحي من الصادرات الوطنية السلعية
1992	314.2	829.3	633.8	0.38	0.49
1993	390.2	864.7	691.3	0.45	0.56
1994	406.4	995.2	793.9	0.41	0.51
1995	462.5	1241.1	1004.5	0.37	0.46
1996	527.2	1288.2	1039.8	0.41	0.51
1997	548.8	1301.4	1067.2	0.42	0.51
1998	548.5	1277.9	1046.4	0.43	0.52
1999	564	1298.8	1051.4	0.43	0.54
2000	512.4	1346.6	1080.8	0.38	0.47
2001	496.1	1626.7	1352.4	0.31	0.37
2002	743.2	1963.9	1556.7	0.38	0.48
2003	752.6	2184.9	1675.1	0.35	0.45
2004	943	2753	2306.6	0.34	0.41
2005	1021.6	3049.7	2570.2	0.34	0.40
المعدل				0.39	0.48

المصدر: بيانات إحصائية شهرية / البنك المركزي الأردني / نشرات مختلفة

تشكل السياحة ثاني أكبر بند في ميزان المدفوعات الأردني بعد حوالات العاملين في الخارج حيث بلغ معدلها حوالي (39 %) من مجموع الصادرات الكلية السلعية خلال الفترة (1992-2005) كما يوضح ذلك الجدول رقم (3-7). وتزداد هذه النسبة أهمية عند مقارنتها مع الصادرات الوطنية السلعية التي بلغ نسبة مساهمة الدخل السياحي فيها نحو (48 %) خلال نفس الفترة.

3) **مساهمة السياحة في القوى العاملة:**

لا شك بأن تطور قطاع السياحة يؤدي إلى زيادة مستوى العمالة على الرغم من الصعوبة في تحليل مدى التشغيل المباشر بشكل دقيق في القطاع السياحي للأسباب التالية:

1) الأشخاص الذين يقومون بتقديم السلع والخدمات للسائحين يقومون كذلك بتقديم نفس الخدمات لغير السائحين مثل عمال المطاعم والملاهي والنوادي.
2) المشاريع والمؤسسات التي تم إنشاؤها بالأصل لغير السائحين تعتبر هؤلاء السائحين من ضمن عملائها مثل المواصلات المحلية.
3) غالبية الإحصاءات السياحية إن لم تكن جميعها تستثني من العمالة السياحية المستثمرين وأرباب العمل.
4) بسبب موسمية السياحة فإن مستوى العمالة يختلف من فصل لآخر ومن شهر لآخر في السنة الواحدة. (Negi,1996)

وبناء عليه تبرز الحاجة إلى ربط خطط التنمية السياحية بخطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية للوصول إلى خطة تنمية سياحية شاملة متكاملة من خلال إتباع المنهج العلمي في تخطيط القوى البشرية وخاصة في مجال السياحة نظرا لتأثير القوى العاملة المباشرة وغير المباشرة على السياحة الأردنية بشكل خاص.

يلاحظ من الجدول رقم (3-8) بأن مساهمة القوى العاملة في القطاع السياحي في تزايد ملحوظ نسبيا حيث شكل العاملون في القطاع السياحي بشكل مباشر حوالي (8868) عاملا في عام (1992) ارتفعت أعدادهم لتصل إلى (29384) عاملا في عام (2005) بنسبة زيادة بلغت (231.4 %) ويعمل الجزء الأكبر من القوى العاملة المباشرة في قطاع الفنادق حيث بلغ عددهم (12884) عاملا في عام (2005) بنسبة زيادة بلغت (101.4 %) عما كانت عليه في عام (1992) حيث بلغ عددهم في ذلك العام حوالي (6398) عاملا.

جدول رقم (3-8)

حجم العمالة المباشرة في القطاع السياحي وقطاع الفنادق للفترة (1992 - 2005)

السنة	حجم العمالة المباشرة في القطاع السياحي (بالألف)	حجم العمالة المباشرة في قطاع الفنادق (بالألف)	نسبة حجم العمالة المباشرة في قطاع الفنادق للعمالة المباشرة في القطاع السياحي
1992	8868	6398	0.72
1993	8105	5107	0.63
1994	8652	5290	0.61
1995	16065	5518	0.34
1996	15196	6947	0.46
1997	16598	7815	0.47
1998	17550	8510	0.48
1999	20569	9378	0.46
2000	21515	9200	0.43
2001	22900	11400	0.49
2002	21293	10300	0.48
2003	22110	10499	0.47
2004	23544	10708	0.46
2005	29384	12884	0.44

المصدر: السنوات (1992-2001) The Impact of Tourism in the Jordanian Economy, El-Nader & Al-Raimony

السنوات (2002-2005) وزارة السياحة والآثار www.mota.gov.jo

كما يبين الجدول رقم (3-9) أعداد العاملين في القطاع السياحي لعام (2004) موزعين على كافة الفعاليات السياحية حيث بلغ مجموع أعداد العاملين في هذا القطاع حوالي (23544) عاملا. وقد بلغت نسبة العاملين الأردنيين في فعاليات القطاع السياحي نحو (90 %) في حين شكل الذكور ما نسبته (91 %) من مجموع أعداد العاملين في الفعاليات السياحية لنفس العام. وقد استحوذت الفنادق المصنفة على العدد الأكبر من العاملين الذين قدر عددهم بنحو (9469) عاملا شكلت العمالة المحلية منهم ما نسبته (93 %) في حين بلغت نسبة الإناث (7 %).

جدول رقم (3-9)
أعداد العاملين في القطاع السياحي لعام (2004)

الرقم	الفعاليات	أردني	أجنبي	المجموع	ذكر	أنثى	المجموع
1	الفنادق المصنفة	8847	622	9469	8789	680	9469
2	الفنادق غير المصنفة	325	69	394	377	17	394
3	الشقق والأجنحة الفندقية	662	154	816	748	68	816
4	موتيل	1	-	1	1	-	1
5	مخيمات	13	-	13	13	-	13
6	المكاتب السياحية	2826	-	2826	2131	695	2826
7	المطاعم السياحية	3796	994	4790	4502	288	4790
8	متنزهات سياحية	18	6	24	24	-	24
9	مدن تسلية	284	16	300	257	43	300
10	الأندية الليلية	340	221	561	364	197	561
11	الكفتيريا	610	265	875	844	31	875
12	حانات	119	44	163	134	29	163
13	مرافقو الرواحل	353	-	353	353		353
14	الأدلاء السياحيون	556	-	556	527	29	556
15	شركات النقل السياحي	482	1	483	471	12	483
16	متاجر التحف الشرقية	310	-	310	286	24	310
17	مكاتب تأجير السيارات	952	-	952	952	-	952
18	مراكز الغوص (العقبة)	28	-	28	28	-	28
19	الرياضة المائية	89	-	89	88	1	89
20	منطقة وادي رم والديسه	531	10	541	541	-	541
	مجموع 2004	21142	2402	23544	21430	2114	23544

المصدر: وزارة السياحة والآثار www.mota.gov.jo

4) المقارنة القطاعية:

تساهم السياحة بحوالي (10 %) من الناتج المحلي الإجمالي حيث تعتبر هذه النسبة مرتفعة مقارنة مع بعض القطاعات الاقتصادية الأخرى، فهي أعلى منها في قطاعات الزراعة والكهرباء والمياه والإنشاءات والتعدين والمحاجر كما يشير إليها الجدول رقم (3-10) حيث كانت مساهمة هذه القطاعات حوالي (5.2 %)،(3.1 %)، (6.6 %)، (2.8 %) على التوالي خلال الفترة (1992 - 2005).

جدول رقم (3-10)
الأهمية النسبية القطاعية للناتج المحلي الإجمالي للفترة (1992- 2005)

القطاعات	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	المعدل
الزراعة	11	7.7	6.4	6	6.3	5.3	4.9	3.3	3.4	3.2	3.8	4.1	3.9	3.8	5.2
الصناعة	16.1	15.4	17.7	17.8	17.5	17.8	19.3	19	19	19	20.2	20.3	21.6	22.6	18.8
الكهرباء والمياه	3.1	3.3	3.2	3.6	3.7	3.9	3.9	2.7	2.7	2.7	2.6	2.6	2.7	2.7	3.1
الإنشاءات	7.2	8.7	8.9	8.5	7.9	6.9	6.5	5.3	5.1	5.4	5.5	5.3	5.5	5.6	6.6
التعدين والمحاجر	3.1	2.4	2.2	3	2.9	3.1	3.1	3.2	2.9	2.9	3.1	2.9	2.5	2.4	2.8
النقل والاتصالات	14.6	14.4	13.9	14.3	15.3	15.2	15.3	17.5	17.5	18.2	17.2	17.7	18.4	18.5	16.3
الخدمات	22.8	27.5	24.5	24.7	24.9	25.2	24	24.4	24.6	24.4	23.9	23.6	22.5	22	24.2
السياحة *	9	10.26	9.57	10.14	11.14	11.1	9.49	9.42	10.05	10.39	9.92	10.4	10.4	10.6	10.1

المصدر: بيانات إحصائية شهرية / البنك المركزي الأردني / نشرات مختلفة
*** تم إبرازها لغايات المقارنة**

وقد ساهم قطاع الصناعة بحوالي (18.8 %) من الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة (1992-2005) ويعود ارتفاع هذه النسبة بشكل رئيس إلى الصناعات الاستخراجية الرئيسة وهي الفوسفات والبوتاس والاسمنت. أما قطاع الخدمات فقد ساهم بحوالي (24.2 %) من الناتج المحلي الإجمالي خلال نفس الفترة وهي تعتبر النسبة الأعلى من بين جميع القطاعات المذكورة مما يشير إلى أن الاقتصاد الوطني يعتمد بشكل كبير على قطاع الخدمات.

5) الميزان السياحي:

يتميز الدخل السياحي بأنه من الوسائل الهامة التي تقوم بإدخال العملات الأجنبية إلى الدولة من خلال إنفاق السائح على مختلف أصناف المنتجات المحلية والمستوردة من السلع والخدمات وبالتالي فإن زيادة نفقات السائحين القادمين إلى المملكة على نفقات السائحين الأردنيين في الخارج من شأنه أن يجعل ميزان السياحة موجبا. (مقابلة والحاج ديب،2000)

جدول رقم (3-11)
الميزان السياحي خلال الفترة (1992 - 2005) بالمليون دينار

السنة	الدخل السياحي	النمو %	الإنفاق السياحي	النمو %	الميزان السياحي
1992	314.2		238.1		76.1
1993	390.2	0.24	239.1	0.004	151.1
1994	406.4	0.04	275.3	0.15	131.1
1995	462.5	0.14	297.8	0.08	164.7
1996	527.2	0.14	270.4	-0.09	256.8
1997	548.8	0.04	282.2	0.04	266.6
1998	548.5	-0.0005	250.4	-0.11	298.1
1999	564	0.03	251.9	0.006	312.1
2000	512.4	-0.09	274.7	0.09	237.7
2001	496.1	-0.03	297.9	0.08	198.2
2002	743.2	0.49	321.3	0.08	421.9
2003	752.6	0.02	320.4	-0.003	432.2
2004	943	0.25	371.4	0.16	571.6
2005	1021.6	0.08	414.8	0.12	606.8
المجموع	8230.7	♦0.11	4105.7	♦0.05	4125

المصدر: بيانات إحصائية شهرية / البنك المركزي الأردني / نشرات مختلفة

♦ متوسط معدل النمو السنوي للدخل السياحي والإنفاق السياحي خلال الفترة (1992 – 2005)

يتضح من الجدول رقم (3-11) بأن القطاع السياحي قد سجل دخلا صافيا تجميعيا وصل إلى (8230.7) مليون دينار خلال الفترة (1992-2005) حيث وصل أعلى قيمة له في عام (2005) بقيمة بلغت حوالي (1021.6) مليون دينار في حين بلغت مجموع النفقات السياحية خلال الفترة (1992 - 2005) ما مجموعه (4105.7) مليون دينار حيث بلغ أعلى قيمة إنفاق في عام (2005) بقيمة بلغت (414.8) مليون دينار محققة بذلك زيادة نسبتها (12 %) عما كانت عليه في عام (2004) وبذلك يكون الميزان السياحي قد سجل دخلا صافيا بلغ نحو (4125) مليون دينار خلال نفس الفترة.

6) القيمة المضافة لقطاع السياحة:

تعتبر القيمة المضافة الدخل الحقيقي من السياحة ومن الطبيعي أنه كلما ارتفعت هذه النسبة زادت أهمية القطاع السياحي، إذ أن القيمة المضافة تعبر عن الفرق بين السعر النهائي للمنتج وقيمة المواد الخام الداخلة في إنتاجه ويتم احتسابها من خلال حجم الرواتب والأجور والإيجارات والفوائد والأرباح والتي تعتبر من المؤشرات الرئيسة والحقيقية لدور ومساهمة أي قطاع في النشاط الاقتصادي المحلي. إلا أن احتساب القيمة المضافة في قطاع السياحة تختلف عن باقي القطاعات حيث يتم احتسابها من الفرق بين الدخل السياحي والمستوردات لقطاع السياحة، حيث قدر البنك المركزي نسبة المستوردات في قطاع السياحة بحوالي (50 %) من الدخل السياحي الكلي. (مقابلة والحاج ديب،2000)

الجدول رقم (3-12)
القيمة المضافة للقطاع السياحي للفترة (1992 - 2005)

السنة	القيمة المضافة بالمليون	الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية	نسبة القيمة المضافة للناتج المحلي الإجمالي
1992	146.8	3610.5	4.2
1993	192.8	3884.3	5.1
1994	195.1	4358.3	4.7
1995	234.2	4714.7	5.1
1996	265.2	4912.2	5.2
1997	268.4	5137.5	4.8
1998	274.8	5609.8	4.9
1999	288.2	5767.3	5.0
2000	261.8	5989.1	4.4
2001	252.3	6363.3	3.9
2002	365.5	6778.5	5.4
2003	386.7	7203.6	5.4
2004	494.2	8164.0	6.1
2005	535.4	9118.1	5.9
المجموع	4161.4		♦5.01

المصدر: بيانات إحصائية سنوية / البنك المركزي الأردني / عدد خاص 2004
السنوات (2002- 2005): البنك المركزي الأردني/ التقرير السنوي الثاني والأربعون/ 2005
♦ يعبر هذا الرقم عن معدل نسبة القيمة المضافة للناتج المحلي الإجمالي للفترة (1992-2005)

يشير الجدول رقم (3-12) إلى أن مجموع القيمة المضافة للقطاع السياحي بلغت نحو (4161.4) مليون دينار خلال الفترة (1992-2005) حيث سجلت أعلى قيمة لها في عام (2005) بقيمة بلغت حوالي (535.4) مليون دينار في حين كانت أدنى قيمة للقيمة المضافة في عام (1992) بقيمة بلغت حوالي (146.8) مليون دينار وقد حققت القيمة المضافة نسبة من الناتج المحلي الإجمالي بلغت نحو (5 %) خلال الفترة (1992-2005).

4-3 مستقبل الحركة السياحية الأردنية

تشير الدراسات إلى وجود تحولات اقتصادية واجتماعية جذرية في الحركة السياحية وبخاصة بعد اتفاقية السلام وافتتاح حدود جديدة وبالتالي أسواق جديدة. كما أصابت هذه التحولات الموارد البشرية والاستثمارات وأساليب التسويق والتخطيط السياحي الحكومي ومما لا شك فيه أن هذا التغيير سيؤدي إلى تنمية السياحة ودفعها إلى الأمام مما يدعم الاقتصاد الوطني بشكل عام.

وتحت عنوان " الحركة السياحية في الأردن تنمو بنسبة 5 % " ذكرت صحيفة الغد على صفحاتها الأولى في عددها (395) الصادر يوم السبت 5 - جمادى الآخرة-1427هـ الموافق 1- تموز- 2006م ما يلي:

" أظهرت النتائج الأولية لمنظمة السياحة العالمية للثلث الأول من العام الحالي نمو معدل الحركة السياحية في الأردن بنسبة (5 %) في حين بلغ مجموع الدخل السياحي خلال الأشهر الثلاثة الأولى من نفس العام حوالي (204.3) مليون دينار مقابل (197.6) مليون دينار للفترة ذاتها من العام الماضي بزيادة نسبتها (3.4 %). وبلغ عدد سياح المبيت الكلي خلال الفترة نفسها ما مجموعه (605777) سائحا مقابل (576076) سائحا للفترة ذاتها من العام الماضي بنسبة زيادة مقدارها (5.2 %) وفقا لوزارة السياحة والآثار".

حيث تحقق ذلك نتيجة الأمن والاستقرار الناجم عن العملية السلمية بين الأردن وفلسطين ومصر وإسرائيل والاتفاق على حرية انتقال المسافرين بين هذه الدول مما أتاح الفرصة أمام القادمين من العالم الخارجي وبشكل خاص من الدول الأوروبية والأمريكية زيارة دول المنطقة والأردن - بخاصة-.

وفي ضوء ذلك يتوقع أن تنشط السياحة في الأردن من خلال نمو السياحة الدولية وذلك من خلال زيادة أعداد السائحين القادمين إلى الأردن بحيث تتوقع منظمة السياحة الدولية (WTO) نسبة نمو السياحة العالمية بنحو (4.7 %) في الفترة (2000 – 2010) وبنسبة (5.5 %) للسياحة الإقليمية في الفترة نفسها (JICA,1996).

وتتوقع تقديرات رسمية زيادة أعداد السائحين هذا العام ليصل إلى (6.4) مليون سائح، مقارنة مع (5.8) مليون سائح العام الماضي وبنسبة نمو (10 %) ما يرفع الدخل السياحي المتوقع هذا العام ليصل إلى حوالي (1.1) بليون دينار مقارنة بنحو بليون دينار خلال العام الماضي (**جريدة الغد، العدد(701) الجمعة 11 جمادى الآخرة-1427هـ الموافق 7 تموز-2006م).**

ويتضح من الجدول رقم (3-13) أعداد السائحين الوافدين إلى الأردن خلال الفترة (2002 - 2005) حيث بلغ مجموع الزوار في عام (2002) حوالي (4677018) زائر ليصل إلى (5817370) زائر في عام (2005). كما بلغ عدد سياح المبيت في عام (2002) نحو (2384474) سائحا مقابل (2986586) سائحا في عام (2005) حيث شكل السياح العرب النسبة الكبرى بنحو (1851099) سائحا في حين شكل السياح الأجانب ما مجموعه (623572) سائحا. وبلغ عدد السياح ضمن المجموعات نحو (137660) سائحا في عام (2002) وصل في العام (2005) إلى (338787) سائحا. كما بلغ عدد الليالي ضمن المجموعات نحو (1538233) ليلة في عام (2005) بمعدل إقامة (5.02). وقد جذبت مدينة البتراء العدد الأكبر من زوار المواقع السياحية حيث قدر أعدادهم بنحو (393186) سائح تلتها مدينة جرش الأثرية بنحو (214550) سائحا وذلك في عام (2005).

ومن أجل مواجهة الزيادة المتوقعة في الطلب السياحي إلى الأردن، لا بد من التوسع في الهياكل السياحية الرئيسة وخاصة في أماكن الإيواء والاهتمام بتدريب الأيدي العاملة لجذب الاستثمارات السياحية وتوفير البنية التحتية اللازمة لمثل هذا التطور في الطلب. كما يتطلب ذلك زيادة أعداد المعاهد ومراكز التدريب لجميع الأنشطة السياحية وخاصة الصناعات التقليدية السياحية إذ تقدر نسبة نمو الطلب العالمي في القطاع السياحي بحوالي (4.1 %) سنويا (بالقيم الحقيقية المعدلة وفق نسبة التضخم) على مدى السنوات الإثنتي عشرة القادمة. (بلتاجي،2000)

وعلى الرغم من التطورات المتوقعة في قطاع السياحة، إلا أن هذا التطور لا يخلو من وجود سلبيات متوقعة أهمها زيادة الضغط على البنى التحتية وخاصة المياه نظرا لقلة المخزون المائي في الأردن ولكبر حجم الاستهلاك المائي في قطاع الفندقة إضافة إلى تلوث البيئة واهتلاك المواقع الأثرية والمواقع السياحية الأخرى.

جدول رقم (3-13)

الحركة السياحية في الأردن خلال الفترة (2002-2005)

البيان	2002	2003	2004	2005
السياحة الوافدة				
مجموع الزوار	4677018	4599243	5586659	5817370
سياح المبيت	2384474	2353088	2852809	2986586
زوار اليوم الواحد	2292544	2246155	2733850	2830784
سياح المبيت وفق مجموعات الدول				
العرب	1513236	1478946	1795369	1851099
الاجانب	457650	461179	577757	623572
زوار اليوم الواحد				
العرب	2089707	2042354	2479319	2556280
الأجانب	187837	189285	237133	255937
مجموع الزوار الأردنيين المغتربين				
سياح المبيت	413588	400232	479683	511915
زوار اليوم الواحد	15001	14516	17398	18567
المجموعات السياحية				
عدد السياح ضمن المجموعات	137660	145601	254145	338787
عدد الليالي ضمن المجموعات	598628	647456	1275590	1538233
معدل الإقامة	4.35	4.45	5.02	5.02
زوار المواقع السياحية				
البتراء	158837	160658	310271	393186
جرش	104240	105734	166195	214550
مادبا / خارطة الكنيسة	37504	39952	78354	138712
عجلون	106622	93852	111200	142892
بيلا	18311	6214	27968	19025
الكرك	44703	32727	76613	109306
أم قيس	110086	53440	211913	186228
وادي رم	30426	26080	66438	129178
متحف عمان	17000	36150	88650	121050
متحف الحياة الشعبية	47300	37350	80650	112295
المغطس	55261	42092	51611	73469

المصدر: السنوات (2002-2004) وزارة السياحة والآثار، النشرة الإحصائية السياحية- ربع السنوية
السنة (2005) وزارة السياحة والآثار www.mota.gov.jo

وقد اهتمت الحكومة الأردنية بتشجيع السياحة وتطويرها وتنمية الموارد السياحية لزيادة مساهمتها في الاقتصاد الوطني، وتحقيقا لذلك تقوم الحكومة بالمهام والأعمال والنهوض بمسؤولياتها بالتعاون والتنسيق مع الجهات المعنية الداخلية والخارجية ذات العلاقة من خلال:

1) المحافظة على المواقع السياحية وتطويرها، حيث تعنى بالحفاظ على المواقع السياحية من أراض وأبنية ومنتجعات المياه المعدنية والمواقع السياحية والأثرية المختلفة.

2) ترخيص المهن السياحية وتصنيفها وفق أحكام القوانين والأنظمة السياحية والإشراف عليها بقصد تنظيمها وتطويرها لرفع مستوى الخدمات المقدمة للسائحين.

3) تسهيل المعاملات المتعلقة بالسائحين بالتعاون مع الجهات والمنظمات السياحية المختصة داخل المملكة وخارجها وتوفير وسائل الراحة والرعاية لهم.

4) وضع برامج شاملة متكاملة للدعاية السياحية وتنفيذها والإشراف عليها وتسويق السياحة وترويجها إلى المملكة بالتعاون مع الجهات المعنية.

5) العمل على توفير القوى البشرية المدربة والإمكانات الفنية اللازمة للمهن السياحية لرفع مستوى الأداء والكفاية في أعمال هذه المهن بالتعاون مع المؤسسات والمنظمات والهيئات المحلية والدولية المختصة.

6) إعداد الدراسات والأبحاث الخاصة لتطوير المهن السياحية وتنميتها.

7) القيام بأية أعمال أخرى تتعلق بالسياحة والتي يقررها المجلس الأعلى للسياحة بمقتضى قانون السياحة رقم 20 لسنة 1988 وتعديلاته والأنظمة السياحية الصادرة بموجبه كما هي في نهاية عام 1988 (انظر الملحق رقم 2).

الفصل الرابع

تحليل بيانات الدراسة

The Analysis Data of Study

الفصل الرابع

تحليل بيانات الدراسة

1-4 وصف خصائص عينة الدراسة

يبين الجدول رقم (4-1) توزيع أفراد العينة وفق خصائصهم الشخصية، حيث يظهر من الجدول أن (52.2 %) من أفراد العينة هم من الذكور، في حين بلغت نسبة الإناث (47.8 %) . أما أعمار العينة فقد وجد أن (34.5 %) من الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) في حين كانت النسبة الباقية (65.5 %) من الفئة العمرية (25 سنة فأكثر). أما بالنسبة للمستوى التعليمي لعينة الدراسة فقد كان (46.2 %) منهم من حملة دبلوم كلية مجتمع فاقل، في حين بلغت نسبة حملة بكالوريوس فأكثر (53.8 %). أما فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية لأفراد العينة فقد بلغت نسبة المتزوجين (53.4 %) في حين بلغت نسبة غير المتزوجين (46.6 %). أما عن سنوات الخبرة في القطاع السياحي فقد أظهر التحليل أن هناك ما نسبته (46.8 %) من أفراد العينة ممن خبرتهم أقل من (5) سنوات في حين بلغت نسبة أفراد العينة ممن هم (5) سنوات فأكثر (53.2 %).

جدول رقم (4-1)

التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة وفق المتغيرات المستقلة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	290	52.2
	انثى	266	47.8
العمر	اقل من 25 سنة	192	34.5
	25 سنة فأكثر	364	65.5
المستوى التعليمي	دبلوم كلية مجتمع فاقل	257	46.2
	بكالوريوس فأكثر	299	53.8
الحالة الاجتماعية	متزوج	297	53.4
	اعزب	259	46.6
الخبرة	أقل من 5 سنوات	260	46.8
	5 سنوات فأكثر	296	53.2
	المجموع	556	100.0

2-4 تحليل النتائج ومناقشتها

أولا: إجابة ومناقشة أسئلة الدراسة

للإجابة عن أسئلة الدراسة قام الباحث باستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة اتجاهات أفراد العينة نحو الدوز الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي وأكثر العوامل جذبا للسائحين ومستوى الخدمات السياحية المقدمة لهم في مواقع الجذب السياحي وذلك من خلال اعتماد درجات الاتفاق على فقرات الاستبانة وفق مقياس التصحيح المذكور في منهجية الدراسة (الفصل الأول) وكما يلي:

المدى	(1- 2.5)	دالا على درجة منخفضة من الموافقة
المدى	(2.51 - 3.5)	دالا على درجة متوسطة من الموافقة
المدى	(3.51- 5)	دالا على درجة عالية من الموافقة

السؤال الأول:

ما الدور الاقتصادي للقطاع السياحي من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر؟

يبين الجدول رقم (4-2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو الدور الاقتصادي للقطاع السياحي مرتبة تنازليا وفق المتوسطات الحسابية.

جدول رقم (4-2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور الدور الاقتصادي للقطاع السياحي مرتبة تنازليا وفق المتوسطات الحسابية

الرتبة	رقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقدير
1	1	يساهم القطاع السياحي برفد الميزانية الحكومية وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات الأردني	4.59	0.70	عالية
2	6	يساهم القطاع السياحي في تأمين فرص عمل للعمالة الماهرة وغير الماهرة والتخفيض من معدل البطالة	4.53	0.72	عالية
2	16	تؤدي الزيادة في الحركة السياحية إلى الزيادة في حجم الاستثمارات السياحية	4.53	0.68	عالية
4	15	تعد المشاريع السياحية من المشاريع الإنتاجية الجاذبة لرؤوس الأموال الأجنبية	4.49	0.75	عالية
5	18	يساهم القطاع السياحي على انتشار مكاتب السياحة والسفر وازدياد أعداد السائحين القادمين إلى الأردن	4.48	0.67	عالية
6	3	يساهم القطاع السياحي في تأهيل وتدريب الكوادر البشرية وزيادة إنتاجيتهم	4.45	0.63	عالية
7	5	يساهم القطاع السياحي في تطوير وتنمية مناطق الاستقبال وزيادة الاستثمار فيها	4.43	0.68	عالية
7	8	يؤدي إقامة المشاريع السياحية إلى تطوير وتحسين البنية التحتية والفوقية في مناطق الجذب السياحي	4.43	0.68	عالية
9	17	ينعكس توافر المشاريع الاستثمارية السياحية ذات الربحية على ازدهار القطاع السياحي والاقتصاد الوطني ككل	4.42	0.71	عالية
10	2	يساهم القطاع السياحي بتوفير العملات الصعبة اللازمة لتنفيذ برامج التنمية الاقتصادية	4.25	0.61	عالية
10	24	تساهم السياحة العلاجية في بناء المنتجعات والمستشفيات والمرافق الصحية المختلفة في الأردن	4.25	0.69	عالية
10	25	يؤدي ازدياد التدفق السياحي إلى زيادة المستوردات اللازمة للسائحين	4.25	0.74	عالية
13	9	يحقق القطاع السياحي ارتفاعا في دخول الأفراد ذوي العلاقة المباشرة وغير المباشرة بالقطاع السياحي	4.22	0.77	عالية
14	12	يؤدي أسلوب الشراء المتبع من قبل السائحين في مناطق الاستقبال إلى ارتفاع أسعار السلع والخدمات وزيادة الطلب عليها	4.21	0.76	عالية

الرتبة	رقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقدير
14	13	يؤدي ارتفاع الدخول في مناطق الاستقبال إلى تأسيس مشاريع اقتصادية خدمية جديدة وتوسيع القائم منها	4.21	0.80	عالية
16	22	يؤدي ازدهار القطاع السياحي إلى ازدهار صناعة التراث الشعبي	4.18	0.84	عالية
16	23	يؤدي ازدهار القطاع السياحي إلى تأسيس المعاهد السياحية والمراكز العلمية المتخصصة ذات العلاقة بالقطاع السياحي	4.18	0.73	عالية
18	7	تدعم مقبوضات القطاع السياحي البنية الاقتصادية التحتية والفوقية للدولة	4.15	0.72	عالية
19	11	يساهم القطاع السياحي في إحداث تطورات إيجابية في الأنشطة التقليدية التي تساهم في دعم البناء الاقتصادي للمجتمع	4.09	0.81	عالية
20	4	تؤدي المقبوضات من السياحة الخارجية إلى توسيع الطاقة الإنتاجية وتحقيق معدل تضخم معتدل	4.02	0.67	عالية
21	21	يساهم القطاع السياحي في تطوير مؤسسات التسويق السياحي محليا وخارجيا لجذب الاستثمارات السياحية إلى الأردن	3.98	0.63	عالية
22	20	يساهم القطاع السياحي في تأسيس شركات النقل السياحي وتأجير السيارات السياحية	3.93	0.87	عالية
23	10	يساهم القطاع السياحي في ارتفاع حجم الصادرات الخارجية (من خلال الصادرات السياحية)	3.90	0.73	عالية
23	19	تساهم مكاتب السياحة والسفر في تطوير مؤسسات الدعاية السياحية داخل الأردن	3.90	1.07	عالية
25	14	يساهم القطاع السياحي في إعادة توزيع الدخل ونشر التنمية بين المناطق الجغرافية في الأردن	3.85	0.77	عالية
26	28	يؤثر القطاع السياحي على نظرة المجتمع للمرأة والعمل على زيادة دورها الاقتصادي	3.83	0.82	عالية
27	26	يساهم القطاع السياحي في تطوير قطاع الاتصالات في الأردن	3.80	0.74	عالية
28	27	يساهم القطاع السياحي في تطوير القطاع الزراعي والصناعي والخدمي لتلبية احتياجات السائحين من السلع والخدمات	3.37	0.94	متوسطة
		الكلي	4.17	0.40	عالية

يظهر من الجدول رقم (4-2) أن جميع فقرات محور الدور الاقتصادي للقطاع السياحي حصلت على متوسط حسابي عال وأن كل فقرة تمثل دورا ايجابيا على مستوى عال من الأهمية ناجما عن القطاع السياحي باستثناء فقرة واحدة كانت متوسطة هي الفقرة رقم (27) التي تنص على " يساهم القطاع السياحي في تطوير القطاع الزراعي والصناعي والخدمي لتلبية احتياجات السائحين من السلع والخدمات " بمتوسط حسابي (3.37) وبانحراف معياري (0.94).

وقد بلغ أعلى متوسط حسابي (4.59) بانحراف معياري (0.70) في الفقرة رقم (1) التي تنص على " يساهم القطاع السياحي برفد الميزانية الحكومية وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات الأردني" تلتها " يساهم القطاع السياحي في تأمين فرص عمل للعمالة الماهرة وغير الماهرة والتخفيض من معدل البطالة " بمتوسط حسابي بلغ (4.53) وبانحراف معياري (0.72).

كما يلاحظ من الجدول رقم (4-2) تأكيد أفراد العينة على تأثير القطاع السياحي على نظرة المجتمع للمرأة وزيادة الاعتقاد بأهمية دورها الاقتصادي حيث بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (28) التي تنص على " يؤثر القطاع السياحي على نظرة المجتمع للمرأة والعمل على زيادة دورها الاقتصادي " (3.83) وبانحراف بلغ (0.82) وبدرجة عالية من القبول.

أما عن المستوى الكلي لمحور الدور الاقتصادي للقطاع السياحي فقد كان عاليا نسبيا بمتوسط بلغ (4.17) وبانحراف بلغ (0.40) من وجهة نظر الموظفين مما يدل على الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي في الاقتصاد الأردني.

السؤال الثاني:

ما الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر؟

يبين الجدول رقم (4-3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي مرتبة تنازليا وفق المتوسطات الحسابية.

جدول رقم (4-3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي مرتبة تنازليا وفق المتوسطات الحسابية

الرتبة	رقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقدير
1	16	يشكل الأمن والأمان عاملا مهما في تسويق الأردن سياحيا	4.74	0.59	عالية
2	14	يحافظ القطاع السياحي على تنمية واستقرار العلاقات الودية بين الأردن والدول التي يأتي منها السائحون	4.61	0.59	عالية
3	15	يساهم القطاع السياحي في إبرام الاتفاقيات الدولية بين الأردن وباقي دول العالم في محاولة للتأثير على حركة التدفق السياحي إلى الأردن	4.57	0.63	عالية
4	1	ينجم عن النشاط السياحي زيادة في درجة الوعي السياحي لدى المواطنين	4.19	0.79	عالية
5	7	تبرز نتيجة الاهتمام بالقطاع السياحي الاهتمام باللغات الأجنبية والرغبة في تعلمها	4.18	0.90	عالية
6	12	تمثل إقامة المتنزهات القومية نموذجا لحماية القطاع السياحي للبيئة البرية والحفاظ على الموارد السياحية الطبيعية	4.04	0.76	عالية
7	13	يساهم القطاع السياحي بصورة أو بأخرى في إضافة أساليب عمرانية جديدة ومتطورة	3.96	0.68	عالية
8	8	يتحقق عن القطاع السياحي ازدياد عمليات الاتصال والتبادل الثقافي والتواصل الحضاري بين الشعوب	3.91	0.86	عالية
9	17	يؤثر القطاع السياحي على نظرة المجتمع للمرأة وزيادة الاعتقاد بأهمية دورها الاجتماعي	3.90	0.72	عالية
10	9	يساهم القطاع السياحي في زيادة الاهتمام بالتراث والتقاليد المحلية	3.86	1.07	عالية
11	4	ينجم عن تنظيم الرحلات السياحية ظهور علاقات ودية بين المواطنين والسائحين	3.83	1.09	عالية
12	2	يساهم القطاع السياحي في تحسين الأحوال المعيشية لدى العديد من المواطنين	3.57	0.88	عالية
13	11	يقود الاختلاف الفكري والثقافي بين المواطنين والسائحين إلى تأثير ثقافي غير مرغوب به	3.37	0.98	متوسطة
14	6	تؤدي الحركة السياحية إلى التأثير على التركيب السكاني وتشجيع هجرة المواطنين من الريف إلى المدن	3.30	1.09	متوسطة
15	3	يفرض التدفق السياحي قيودا على العادات والتقاليد المحلية	3.15	0.98	متوسطة
16	5	ينجم عن اختلاط السائحين بالمواطنين العديد من المشاكل الاجتماعية	1.93	1.16	منخفضة
17	10	يؤدي القطاع السياحي إلى انتشار حوادث الجريمة والفساد الأخلاقي	1.50	0.85	منخفضة
		الكلي	3.92	0.35	عالية

يظهر من الجدول رقم (4-3) أن هناك (12) فقرة تتميز بمستوى عال من الرضا للدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي، حيث جاءت الفقرة رقم (16) التي تنص على " يشكل الأمن والأمان عاملا مهما في تسويق الأردن سياحيا " بأعلى متوسط حسابي بلغ (4.74) وبانحراف معياري بلغ (0.59). كما حصلت الفقرة " يحافظ القطاع السياحي على تنمية واستقرار العلاقات الودية بين الأردن والدول التي يأتي منها السائحون " على مستوى عال من الرضا بمتوسط بلغ (4.61) وبانحراف بلغ (0.59) في حين حصلت الفقرة " ينجم عن النشاط السياحي زيادة في درجة الوعي السياحي لدى المواطنين " على متوسط حسابي بلغ (4.19) وبانحراف بلغ (0.79) في حين بلغ المتوسط الحسابي لـ " تمثل إقامة المتنزهات القومية نموذجا لحماية القطاع السياحي للبيئة البرية والحفاظ على الموارد السياحية الطبيعية " (4.04) وبانحراف بلغ (0.76). في حين كانت هناك (3) فقرات حصلت على مستوى قبول متوسط وفق رأي أفراد العينة، حيث حصلت الفقرة رقم (11) على متوسط حسابي بلغ (3.37) والتي تنص على " يقود الاختلاف الفكري والثقافي بين المواطنين والسائحين إلى تأثير ثقافي غير مرغوب به" تلتها فقرة " تؤدي الحركة السياحية إلى التأثير على التركيب السكاني وتشجيع هجرة المواطنين من الريف إلى المدن " بمتوسط حسابي بلغ (3.30) في حين جاءت فقرة " يفرض التدفق السياحي قيودا على العادات والتقاليد المحلية " بمتوسط حسابي بلغ (3.15). أما عن بقية الفقرات فقد اعتبرت منخفضة حيث حصلت فقرة " ينجم عن اختلاط السائحين بالمواطنين العديد من المشاكل الاجتماعية " على متوسط بلغ (1.93) في حين بلغ أدنى متوسط حسابي بين جميع فقرات هذا المحور (1.50) لفقرة " يؤدي القطاع السياحي إلى انتشار حوادث الجريمة والفساد الأخلاقي" وذلك لتوافر الأمن والأمان الذي يعد من المقومات الأساسية للقطاع السياحي. أما عن المستوى الكلي للدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي فقد كان عاليا نسبيا بمتوسط بلغ (3.92) مما يدلل على انعكاس تأثير الحياة الاجتماعية والجوانب البيئية والظروف المحيطة على القطاع السياحي.

يلاحظ من الجدول رقم (4-3) أن الدور السياسي للقطاع السياحي قد جاء في المرتبة الأولى بين الأدوار الأخرى حيث حصلت فقرات الدور السياسي على أعلى المتوسطات الحسابية بين فقرات هذا المحور في حين جاءت بعض فقرات الدور الاجتماعي والثقافي أعلى من فقرات الدور البيئي للقطاع السياحي على الرغم من حصول العديد من فقرات الدور الثقافي والاجتماعي على متوسطات حسابية متوسطة ومنخفضة، وهذا يعني أن استقرار الأمن وتوافر الأمان يعد الركيزة الأساسية للنهوض بالقطاع السياحي وحافزا مهما في ازدياد أعداد السائحين وحركة التدفق السياحي إلى الأردن .

السؤال الثالث:

ما هي أكثر العوامل جذبا للسائحين إلى الأردن من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر؟

يبين الجدول رقم (4-4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو عوامل الجذب السياحي إلى الأردن مرتبة تنازليا وفق المتوسطات الحسابية.

جدول رقم (4-4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور عوامل الجذب السياحي إلى الأردن مرتبة تنازليا وفق المتوسطات الحسابية

الرتبة	رقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقدير
1	1	تعتبر زيارة الأماكن الأثرية في الأردن من العوامل الجاذبة للسائحين	4.81	0.43	عالية
2	12	تعد حسن الضيافة والمعاملة من العوامل الجاذبة للسائحين	4.52	0.62	عالية
3	2	تشكل المراكز الدينية في الأردن عوامل جذب سياحي للسائحين	4.45	0.69	عالية
4	4	يعد المناخ والموقع الجغرافي المتميز للأردن من عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	4.44	0.59	عالية
5	14	تعتبر المؤسسات الفندقية المؤهلة بمستوى عال من الخدمات والخبرات عامل جذب سياحي إلى الأردن	4.40	0.72	عالية
6	13	تشجع مرافق العلاج الطبيعي السائحين على زيارة الأردن	4.31	0.80	عالية
7	10	يجذب تاريخ الأردن الغني بالحضارات التي تعاقبت عليه الكثير من السائحين لدراسته والاطلاع عليه	4.26	0.67	عالية
8	3	تعتبر الحدائق العامة والمنتجعات الشاطئية والجبلية من العوامل الجاذبة للسائحين	4.23	0.81	عالية
9	15	تساهم وكالات السياحة والسفر على الجذب السياحي إلى الأردن	4.17	0.73	عالية
10	7	تعتبر أماكن الراحة والاستجمام في الأردن من عوامل الجذب السياحي	4.07	0.74	عالية
10	8	تساهم المؤتمرات والاحتفالات واللقاءات في جذب السائحين إلى الأردن	4.07	0.60	عالية
12	9	تعد زيارة الأقارب والأصدقاء والمعارف من عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	4.03	0.65	عالية
13	6	تحفز ممارسة الهوايات الرياضية المختلفة السائحين على زيارة الأردن	3.93	0.96	عالية
13	11	تعد زيارة الأماكن البعيدة عن المدن كالغابات والصحاري المنتشرة في المملكة من العوامل الجاذبة للسائحين	3.93	0.77	عالية
15	5	تعد المقومات الفكرية والاجتماعية والثقافية كاللغة والموسيقى والمهرجانات من العوامل الجاذبة للسائحين	3.90	0.73	عالية
		الكلي	4.23	0.42	عالية

يظهر من الجدول رقم (4-4) أن جميع الفقرات قد حصلت على متوسط حسابي عال وأن كل فقرة تمثل مستوى عاليا من القبول نحو عوامل الجذب السياحي إلى الأردن وفق رأي أفراد العينة، وقد كان أكثر هذه العوامل جذبا للسائحين هي زيارة الأماكن الأثرية في الأردن بمتوسط حسابي بلغ (4.81) وانحراف معياري (0.43) يليه حسن الضيافة والمعاملة بمتوسط عال بلغ (4.52) إضافة إلى أن المراكز الدينية في الأردن كانت من العوامل الأكثر جذبا للسائحين مع تأكيد أفراد العينة على أن المناخ والموقع الجغرافي المتميز للأردن يعد من العوامل الجاذبة للسائحين. كما يرى أفراد العينة بأن المؤسسات الفندقية المؤهلة بمستوى عال من الخدمات والخبرات تعتبر عامل جذب سياحي إلى الأردن بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه وكالات السياحة والسفر في الجذب السياحي إلى الأردن. ويتضح من الجدول بأن أماكن الراحة والاستجمام في الأردن قد شكلت إحدى عوامل الجذب السياحي إلى الأردن بمتوسط حسابي بلغ (4.07) إضافة إلى أن سياحة المؤتمرات والاحتفالات واللقاءات تعد عامل جذب سياحي إلى الأردن. كما يتضح من الجدول بأن المقومات الفكرية والاجتماعية والثقافية كاللغة والموسيقى والمهرجانات حققت أدنى متوسط حسابي بلغ (3.90) بانحراف معياري بلغ (0.73). أما عن المستوى الكلي لعوامل الجذب السياحي إلى الأردن فقد كان عاليا نسبيا بمتوسط بلغ (4.23) مما يدل على امتلاك الأردن العديد من عوامل الجذب السياحي تقوم بدورها في تحفيز العديد من السائحين على زيارتها.

السؤال الرابع:

ما هو مستوى الخدمات المقدمة للسائحين من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر؟

يبين الجدول رقم (4-5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو مستوى الخدمات المقدمة للسائحين مرتبة تنازليا وفق المتوسطات الحسابية.

جدول رقم (4-5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور مستوى الخدمات المقدمة للسائحين مرتبة تنازليا وفق المتوسطات الحسابية

الرتبة	رقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقدير
1	1	تقدم الفنادق المتواجدة في المواقع السياحية كافة التسهيلات اللازمة للسائحين	4.35	0.63	عالية
2	21	تتوفر أماكن الإيواء الملائمة لاستقبال السائحين في مواقع الجذب السياحي	4.31	0.81	عالية
3	20	تعالج الشكاوي والمشكلات التي يواجهها السائحون بأسلوب مناسب من قبل الجهات المختصة	4.28	0.82	عالية
4	19	تقدم الخدمات المطلوبة في مواقع الجذب السياحي بشكل فوري وسريع	4.27	0.84	عالية
5	11	يؤدي توفر شبكة من الطرق والمواصلات إلى تسهيل حركة المرور وانسياب القادمين والخارجين	4.26	0.73	عالية
6	9	سهولة التنقل من والى مواقع الجذب السياحي من خلال توفر وسائل النقل المناسبة	4.25	0.72	عالية
7	12	تتوفر الكوادر البشرية المؤهلة في مواقع الجذب السياحي بأعداد مناسبة	4.23	0.81	عالية
8	15	تتميز الإجراءات الرسمية المتعلقة بدخول وخروج السائحين باليسر والسهولة	4.23	0.82	عالية
8	22	تعتبر الوسائل والأساليب المتبعة مع السائحين في تعريفهم بالأردن وسائل متطورة وكافية	4.23	0.83	عالية
10	18	تتوفر لدى مواقع الجذب السياحي القدرة على استيعاب الأعداد القادمة من السائحين	4.21	0.80	عالية
11	10	تعتبر أجور وسائل النقل ملائمة لكافة السائحين	4.18	0.77	عالية
12	8	تتوفر الخرائط والمعلومات اللازمة حول مواقع الجذب السياحي في الأردن	4.17	0.73	عالية
13	17	يعتبر أداء الأدلاء السياحيين في مواقع الجذب السياحي على درجة عالية من المهنية	4.17	0.85	عالية
14	16	تتواءم البرامج السياحية المقدمة مع ميول ورغبات السائحين	4.08	0.82	عالية
15	13	تتوفر المرافق الصحية الملائمة في المواقع السياحية وتتصف بالنظافة والترتيب	4.06	1.03	عالية
16	14	تتصف الخدمات المقدمة في المطاعم والاستراحات بمستوى عال من الجودة والأسعار المناسبة	4.02	0.99	عالية
17	6	تعتبر نوعية الطرق المؤدية لمواقع الجذب السياحي على درجة عالية من التطور	4.01	0.77	عالية
18	5	تتوفر مواقف السيارات الملائمة والكافية في مواقع الجذب السياحي	3.97	0.70	عالية
19	7	تتوفر المقاعد العامة المريحة وأمكنة الطعام في الأماكن السياحية	3.96	0.72	عالية
20	4	تتوفر مصادر المياه الصالحة للشرب في مواقع الجذب السياحي	3.91	0.73	عالية
21	3	تتميز مواقع الجذب السياحي في الأردن بالنظافة العامة	3.89	0.74	عالية
22	2	تعتبر أسعار رسوم الدخول للمواقع السياحية مناسبة	3.60	0.88	عالية
		الكلي	4.12	0.56	عالية

يتضح من الجدول رقم (4-5) بأن جميع الفقرات قد حققت متوسطا حسابيا عاليا وأن كل فقرة تمثل مستوى عاليا من القبول نحو الخدمات السياحية المقدمة للسائحين وفق رأي أفراد العينة، إذ يرى أفراد العينة بأن الفنادق المتواجدة في المواقع السياحية تقدم كافة التسهيلات اللازمة للسائحين بمتوسط حسابي بلغ (4.35) كما تتوفر أماكن الإيواء الملائمة لاستقبال السائحين في مواقع الجذب السياحي بمتوسط حسابي بلغ (4.31) إضافة إلى معالجة الشكاوى والمشكلات التي يواجهها السائحون بأسلوب مناسب من قبل الجهات المختصة. كما يرى أفراد العينة توفر شبكة من الطرق والمواصلات تؤدي إلى تسهيل حركة المرور وانسياب القادمين والخارجين بمتوسط حسابي بلغ (4.26) وتوافر الكوادر البشرية المؤهلة في مواقع الجذب السياحي بأعداد مناسبة بمتوسط حسابي بلغ (4.23) وكفاءة أداء الأدلاء السياحيين في مواقع الجذب السياحي بمتوسط حسابي (4.17) وتوفر المرافق الصحية الملائمة بمتوسط حسابي (4.06) وتوفر مواقف للسيارات بمتوسط حسابي (3.97) وبلغ المتوسط الحسابي لتوفر مصادر المياه الصالحة للشرب في مواقع الجذب السياحي (3.91) بينما كان المتوسط الحسابي لأسعار رسوم الدخول للمواقع السياحية (3.60). وبشكل عام، بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمستوى الخدمات المقدمة للسائحين (4.12) وهذا يعني أن مستوى الرضا عن تلك الخدمات المقدمة قد حقق درجة تقدير عالية من وجهة نظر أفراد العينة.

ثانيا: اختبار ومناقشة فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى:

" هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو محاور الدراسة (الدور الاقتصادي، الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي، عوامل الجذب، مستوى الخدمات المقدمة) تعزى للخصائص الشخصية لأفراد العينة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الخبرة في مجال القطاع السياحي) "

للتحقق من صحة الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر على محاور الدراسة وفق متغيرات الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية، والخبرة، ولبيان دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار " ت " وفقا لأثر الخصائص الشخصية.

(1) محاور الدراسة والجنس:

يبين الجدول رقم (4-6) نتائج اختبار (ت) لاختبار العلاقة بين محاور الدراسة الأربعة والجنس، حيث يظهر من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور الدور الاقتصادي للقطاع السياحي تعزى لأثر الجنس إذ بلغت قيمة (ت) (1.130) عند مستوى دلالة (0.259) مما يعنى أن الذكور والإناث من أفراد العينة متفقون على الدور الذي يلعبه القطاع السياحي وأهمية هذا القطاع باعتباره أحد مقومات الاقتصاد المحلي . كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي تعزى لأثر الجنس، حيث كانت قيمة (ت) دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (0.001) حيث كانت هذه الفروق لصالح الذكور بمتوسط حسابي بلغ (3.98) في حين بلغ متوسط اتجاهات الإناث نحو محو الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي (3.86) وقد يعزى ذلك إلى أن المرأة ما تزال بحاجة إلى زيادة الاعتقاد بأهمية دورها الاجتماعي خصوصا وأن المرأة قد دخلت حديثا إلى مجال العمل السياحي. كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة نحو عوامل الجذب السياحي إلى الأردن تعزى لأثر الجنس كما تبينها قيمة (ت)، إذ كانت قيمة (ت) دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (0.001) حيث جاءت هذه الفروق لصالح الذكور بمتوسط حسابي بلغ (4.32) في حين بلغ متوسط اتجاهات الإناث نحو عوامل الجذب السياحي إلى الأردن (4.14) مما يعنى أن الذكور من أفراد العينة يرون بأن الأردن يتمتع بعوامل جذب سياحي تفوق نظرة الإناث من أفراد العينة نحو عوامل الجذب. أما عن اتجاهات أفراد العينة نحو محور مستوى الخدمات المقدمة للسائحين، فقد أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الجنس إذ بلغت قيمة (ت) (4.199) عند مستوى دلالة (0.001) حيث جاءت الفروق لصالح الذكور مما يعني أن الذكور من أفراد العينة يرون بأن مستوى الخدمات المقدمة للسائحين كانت على درجة عالية مقارنة مع الإناث من أفراد العينة وقد يعزى ذلك إلى اطلاع الذكور على الخدمات المقدمة في مواقع الجذب السياحي نظرا لتوفر الكوادر البشرية من الذكور في مواقع الجذب بأعداد تفوق أعداد الإناث. وبشكل عام، فقد أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأداة ككل تعزى لأثر الجنس إذ بلغت قيمة (ت) (4.439) عند مستوى دلالة (0.001) حيث جاءت الفروق لصالح الذكور.

في ضوء النتائج السابقة نجد فروقا ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة نحو ثلاثة محاور من محاور الدراسة (الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي، عوامل الجذب السياحي إلى الأردن، مستوى الخدمات المقدمة للسائحين) والأداة ككل تعزى لأثر الجنس.

جدول رقم (4-6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار(ت) لأثر الجنس على المحاور والأداة ككل

المحور	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدور الاقتصادي للقطاع السياحي	ذكر	290	4.19	0.43	1.130	0.259
	أنثى	266	4.15	0.37		
الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي	ذكر	290	3.98	0.31	4.075	* 0.001
	أنثى	266	3.86	0.38		
عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	ذكر	290	4.32	0.38	5.253	* 0.001
	أنثى	266	4.14	0.44		
مستوى الخدمات لمقدمة للسائحين	ذكر	290	4.21	0.52	4.199	* 0.001
	أنثى	266	4.02	0.57		
الأداة ككل	ذكر	290	4.18	0.32	4.439	* 0.001
	أنثى	266	4.05	0.33		

* مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

(2) محاور الدراسة والعمر:

يبين الجدول رقم (4-7) نتائج اختبار (ت) لاختبار العلاقة بين محاور الدراسة الأربعة والعمر، حيث يظهر من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور الدور الاقتصادي للقطاع السياحي تعزى لأثر العمر، إذ بلغت قيمة (ت) (0.692) عند مستوى دلالة (0.487) مما يعني تأكيد أفراد العينة من الفئتين العمريتين (أقل من 25 سنة) و (25 سنة فأكثر) على الدور الاقتصادي الذي يساهم به القطاع السياحي. كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي تعزى لأثر العمر كما تبينها قيمة (ت) التي بلغت (2.345) عند مستوى دلالة (0.019) حيث جاءت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) بمتوسط حسابي بلغ (3.97) في حين بلغ متوسط اتجاهات الفئة العمرية (25 سنة فأكثر) (3.90) ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن أفراد العينة ممن هم (25 سنة فأقل) على اختلاط دائم بالسائحين نظرا لطبيعة وظائفهم البعيدة عن المستويات الإدارية العليا والتي غالبا ما تكون في المستويات الدنيا التي تمكنهم من الاختلاط بالسائحين.

أما عن بقية محاور الدراسة فقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور عوامل الجذب السياحي إلى الأردن تعزى لأثر العمر حيث لم تكن قيمة (ت) ذات دلالة إحصائية إذ بلغت (1.759) عند مستوى دلالة (0.079) مما يعني أن الفئتين العمريتين (أقل من 25 سنة) و (25 سنة فأكثر) متفقتين على امتلاك الأردن لمقومات الجذب السياحي وقدرة الأردن على منافسة دول الجوار في جذب المزيد من السائحين نظرا لتوفر عوامل الجذب السياحي. كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لاتجاهات أفراد العينة في محور مستوى الخدمات المقدمة للسائحين تعزى لأثر العمر حيث بلغت قيمة (ت) (1.203) عند مستوى دلالة (0.299) مما يعني أن أفراد العينة من الفئتين العمريتين (أقل من 25 سنة) و (25 سنة فأكثر) متفقون على مستوى عال من الخدمات المقدمة للسائحين. كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأداة ككل تعزى لأثر العمر إذ بلغت قيمة (ت) (0.931) عند مستوى دلالة (0.352).

من خلال هذه النتائج تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة نحو محور الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي تعزى لأثر العمر.

جدول رقم (4-7)
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لأثر العمر على المحاور والأداة ككل

المحور	الفئة العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدور الاقتصادي للقطاع السياحي	اقل من 25	192	4.19	0.31	0.695	0.487
	25 فاكثر	364	4.17	0.45		
الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي	اقل من 25	192	3.97	0.32	2.345	* 0.019
	25 فاكثر	364	3.90	0.36		
عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	اقل من 25	192	4.19	0.41	1.759	0.079
	25 فاكثر	364	4.26	0.42		
مستوى الخدمات المقدمة للسائحين	اقل من 25	192	4.16	0.52	1.203	0.229
	25 فاكثر	364	4.10	0.57		
الأداة ككل	اقل من 25	192	4.14	0.27	0.931	0.352
	25 فاكثر	364	4.11	0.36		

* مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

(3) محاور الدراسة والمستوى التعليمي:

يبين الجدول رقم (4-8) نتائج اختبار (ت) لاتجاهات أفراد العينة لاختبار العلاقة بين محاور الدراسة الأربعة والمستوى التعليمي، حيث يظهر من النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور الدور الاقتصادي للقطاع السياحي تعزى لأثر المستوى التعليمي كما تشير إليها قيمة (ت) التي بلغت (2.737) عند مستوى دلالة (0.006) وقد جاءت الفروق لصالح المستوى التعليمي (بكالوريوس فأكثر) وبمتوسط بلغ (4.22) في حين بلغ متوسط اتجاهات أفراد العينة (دبلوم فأقل) (4.12) ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن حملة الشهادات الجامعية هم من متخذي القرارات وصانعي السياسات السياحية في القطاع العام ومن أصحاب المستويات الإدارية العليا في القطاع الخاص الأمر الذي يمكنهم من تحديد الدور الاقتصادي للقطاع السياحي بصورة أكفأ من المستوى التعليمي (دبلوم فأقل) . كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي تعزى لأثر المستوى التعليمي كما تبينها قيمة (ت) (0.132) عند مستوى دلالة (0.895) وهذا يعني أن جميع المستويات التعليمية متفقة على الدور الاجتماعي والثقافي والبيني والسياسي للقطاع السياحي. أما عن اتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو محور عوامل الجذب السياحي إلى الأردن فقد أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر المستوى التعليمي كما تبينها قيمة (ت) التي بلغت (3.067) عند مستوى دلالة (0.002) حيث جاءت الفروق لصالح المستوى التعليمي (بكالوريوس فأكثر) بمتوسط حسابي بلغ (4.28) في حين بلغ متوسط اتجاهات أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي (دبلوم فأقل) (4.18) ويمكن أن يعزى ذلك إلى عدم توفر المعرفة لدى حملة (دبلوم فأقل) حول عوامل الجذب السياحي إلى الأردن نظرا لعدم توفر مستوى التعليم الملائم وأهميته في العمل السياحي، ومرد ذلك إلى أن غالبية الدورات التدريبية المعدة لأجل التثقيف السياحي تكون موجهة في الغالب لصالح المستوى التعليمي (بكالوريوس فأكثر) الأمر الذي ينعكس على إثراء المعلومات لديهم حول عوامل الجذب السياحي إلى الأردن في حين يبقى الأمر مبهما لدى المستوى التعليمي (دبلوم فأقل). كما بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور مستوى الخدمات المقدمة للسائحين تعزى لأثر المستوى التعليمي إذ بلغت قيمة (ت) (0.476) عند مستوى دلالة (0.102) الأمر الذي يعني اتفاق أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي (دبلوم فأقل) و(بكالوريوس فأكثر) على مستوى عال من الخدمات المقدمة للسائحين.

جدول رقم (4-8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار(ت) لأثر المستوى التعليمي على المحاور والأداة ككل

المحور	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدور الاقتصادي للقطاع السياحي	دبلوم فأقل	257	4.12	0.40	2.737	* 0.006
	بكالوريوس فأكثر	299	4.22	0.40		
الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي	دبلوم فأقل	257	3.92	0.36	0.132	0.895
	بكالوريوس فأكثر	299	3.93	0.35		
عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	دبلوم فأقل	257	4.18	0.43	3.067	* 0.002
	بكالوريوس فأكثر	299	4.28	0.40		
مستوى الخدمات المقدمة للسائحين	دبلوم فأقل	257	4.13	0.55	0.476	0.634
	بكالوريوس فأكثر	299	4.11	0.56		
الأداة ككل	دبلوم فأقل	257	4.09	0.34	1.639	0.102
	بكالوريوس فأكثر	299	4.14	0.33		

* مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

وبشكل عام فقد تبين من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأداة ككل تعزى لأثر المستوى التعليمي كما تشير إليها قيمة (ت) التي بلغت (1.639) عند مستوى دلالة (0.102).

من خلال هذه النتائج تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة نحو محورين من محاور الدراسة (الدور الاقتصادي للقطاع السياحي، عوامل الجذب السياحي إلى الأردن) تعزى لأثر المستوى التعليمي.

(4) محاور الدراسة والحالة الاجتماعية:

يبين الجدول رقم (4-9) نتائج اختبار (ت) لاتجاهات أفراد العينة لاختبار العلاقة بين محاور الدراسة الأربعة والحالة الاجتماعية، حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور الدور الاقتصادي للقطاع السياحي تعزى لأثر الحالة الاجتماعية إذ بلغت قيمة (ت) (0.881) عند مستوى دلالة (0.379) مما يؤكد مجددا على الدور الاقتصادي للقطاع السياحي وأهمية هذا القطاع سواء أكان على المستوى الحكومي أو الخاص؛ حيث يساهم القطاع السياحي برفد الميزانية الحكومية وتوفير النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ برامج التنمية الاقتصادية فضلا عن مساهمته في تأمين فرص العمل ولكلا الجنسين إضافة إلى تحقيق القطاع السياحي ارتفاعا في دخول الأفراد ذوي العلاقة بالقطاع السياحي من المستثمرين. كما أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي تعزى لأثر الحالة الاجتماعية كما تشير إليها قيمة (ت) التي بلغت (1.559) عند مستوى دلالة (0.120). أما عن اتجاهات أفراد العينة نحو محور عوامل الجذب السياحي إلى الأردن فقد بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الحالة الاجتماعية إذ بلغت قيمة (ت) (2.512) عند مستوى دلالة (0.012) حيث جاءت هذه الفروق لصالح المتزوجين بمتوسط حسابي بلغ (4.28) في حين بلغ متوسط اتجاهات أفراد العينة غير المتزوجين نحو عوامل الجذب (4.19) وهذا يعني بأن عوامل الجذب السياحي إلى الأردن قد قبلت بمستوى عال من وجهة نظر أفراد العينة المتزوجين ويعزى ذلك إلى أن المتزوجين في أغلب الأحيان يقومون بزيارة المواقع الأثرية والدينية والمنتجعات الشاطئية باستمرار في أوقات العطل والفراغ خاصة أن المتزوج غالبا ما يكون مع زوجته وأولاده في حين تبقى فئة غير المتزوجين رهينة الظروف المعيشية والأولويات الحياتية التي قد تحل محل زيارة أماكن الراحة والاستجمام والاطلاع على آثار الأردن والتعرف على الحضارات التي تعاقبت عليه. كما بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور مستوى الخدمات السياحية المقدمة للسائحين تعزى للحالة الاجتماعية حيث بلغت قيمة (ت) (0.954) عند مستوى دلالة (0.341) مما يعني أن أفراد العينة من المتزوجين وغير المتزوجين متفقون على مستوى عال من الخدمات المقدمة للسائحين. وبشكل عام، أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأداة ككل تعزى لأثر الحالة الاجتماعية إذ بلغت قيمة (ت) (0.556) عند مستوى دلالة (0.578).

جدول رقم (4-9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لأثر الحالة الاجتماعية على المحاور والأداة ككل

المحور	الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدور الاقتصادي للقطاع السياحي	متزوج	297	4.16	0.46	0.881	0.379
	أعزب	259	4.19	0.31		
الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي	متزوج	297	3.90	0.35	1.559	0.120
	أعزب	259	3.95	0.34		
عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	متزوج	297	4.28	0.42	2.512	* 0.012
	أعزب	259	4.19	0.41		
مستوى الخدمات المقدمة للسائحين	متزوج	297	4.10	0.56	0.954	0.341
	أعزب	259	4.14	0.55		
الأداة ككل	متزوج	297	4.11	0.37	0.556	0.578
	أعزب	259	4.13	0.28		

* مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

تدل النتائج السابقة على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو محور واحد من محاور الدراسة هو عوامل الجذب السياحي إلى الأردن تعزى لأثر الحالة الاجتماعية.

(5) محاور الدراسة والخبرة في مجال القطاع السياحي:

يبين الجدول رقم (4-10) نتائج اختبار (ت) لاتجاهات أفراد العينة لاختبار العلاقة بين محاور الدراسة الأربعة والخبرة في مجال القطاع السياحي، حيث يظهر من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور الدور الاقتصادي للقطاع السياحي تعزى لأثر الخبرة كما تشير إليها قيمة (ت) التي بلغت (0.355) عند مستوى دلالة (0.723) الأمر الذي يعني إيمان أفراد العينة بالدور الاقتصادي الذي يلعبه القطاع السياحي باعتباره ركيزة أساسية يقوم عليها الاقتصاد الأردني.

أما فيما يتعلق بالفروق في اتجاهات أفراد العينة نحو محور الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي فقد أظهرت قيمة (ت) وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الخبرة إذ بلغت قيمة (ت) (2.152) عند مستوى دلالة (0.032) حيث جاءت الفروق لصالح فئة الخبرة (أقل من 5 سنوات) بمتوسط حسابي بلغ (3.96) في حين بلغ متوسط اتجاهات أفراد العينة ذوي الخبرة (5 سنوات فأكثر) (3.89) ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن ذوي الخبرة (أقل من 5 سنوات) هم في الغالب من فئة الشباب المتحمس للعمل في مجال القطاع السياحي وبالتالي فإن نظرتهم للنواحي الاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية للقطاع السياحي تنشأ من رغبتهم في تأكيد دورهم في القطاع السياحي والمجتمع ككل باعتبارهم الشريحة الكبرى من المجتمع الأردني. كما بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور عوامل الجذب السياحي إلى الأردن تعزى لأثر الخبرة كما بينتها قيمة (ت) التي بلغت (0.689) عند مستوى دلالة (0.491) مما يؤكد اتفاق أفراد العينة على احتواء الأردن على عوامل جذب سياحي متميزة. كما دلت النتائج على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور مستوى الخدمات المقدمة للسائحين تعزى لأثر الخبرة في مجال القطاع السياحي إذ بلغت قيمة (ت) (0.003) عند مستوى دلالة (0.997) وهذا يشير إلى أن أفراد العينة ذوي الخبرات (أقل من 5 سنوات) و (5 سنوات فأكثر) يرون بأن الخدمات المقدمة للسائحين تقدم بشكل جيد وحصولها على مستوى عال من القبول لدى أفراد العينة.

جدول رقم (4-10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لأثر الخبرة على المحاور والأداة ككل

المحور	الخبرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدور الاقتصادي للقطاع السياحي	أقل من 5	260	4.18	0.35	0.355	0.723
	5 فأكثر	296	4.17	0.44		
الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي	أقل من 5	260	3.96	0.34	2.152	* 0.032
	5 فأكثر	296	3.89	0.36		
عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	أقل من 5	260	4.22	0.42	0.689	0.491
	5 فأكثر	296	4.25	0.41		
مستوى الخدمات المقدمة للسائحين	أقل من 5	260	4.12	0.54	0.003	0.997
	5 فأكثر	296	4.12	0.57		
الأداة ككل	أقل من 5	260	4.13	0.30	0.457	0.648
	5 فأكثر	296	4.11	0.36		

* مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

يلاحظ من الجدول رقم (4-10) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأداة ككل تعزى لأثر الخبرة في مجال القطاع السياحي كما تبينها قيمة (ت) التي بلغت (0.457) عند مستوى دلالة (0.648).

تبين من خلال هذه النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو محور واحد من محاور الدراسة هو الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي تعزى لأثر الخبرة في مجال القطاع السياحي.

الفرضية الثانية:

" هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$) بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي والدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي"

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام معامل الارتباط (بيرسون) لبيان العلاقة بين الدور الاقتصادي والدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي والجدول رقم (4-11) يوضح ذلك:

جدول رقم (4-11)

معامل الارتباط (بيرسون) للعلاقة بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي والدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي

		الدور الاقتصادي للقطاع السياحي
الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي	معامل بيرسون	0.411 **
	مستوى الدلالة	0.001
	العدد	556

** معامل ارتباط بيرسون هام إحصائيا على مستوى ($\alpha \leq 0.001$)

يظهر من الجدول رقم (4-11) وجود علاقة ارتباطيه ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي والدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي كما يبينها معامل الارتباط (بيرسون) الذي بلغ (0.411) وهذا يشير إلى أهمية الأدوار التي يساهم بها القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني سواء كانت اقتصادية أم اجتماعية أم ثقافية أم بيئية أم سياسية مما يعني تكامل الأدوار التي تتحقق من القطاع السياحي ؛ حيث تنعكس إقامة المشاريع السياحية وتطوير البنى التحتية وارتفاع حجم الاستثمارات السياحية وتدفقات أعداد السائحين على المستوى الثقافي والاجتماعي لدى المواطنين الأمر الذي يساهم في الحفاظ على الموارد السياحية الطبيعية في ظل توفر الأمن والأمان، وبهذا فإن القطاع السياحي لم يعد مقتصرا على الجوانب الاقتصادية وإنما امتد ليشمل الجوانب الاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية.

في ضوء ذلك تقبل الفرضية الثانية حيث أظهرت وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي والدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي حيث كانت قيمة معامل الارتباط هامة إحصائيا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.001$).

الفرضية الثالثة:

" هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي إلى الأردن"

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام معامل الارتباط (بيرسون) لبيان العلاقة بين الدور الاقتصادي وعوامل الجذب السياحي إلى الأردن والجدول رقم (4-12) يوضح ذلك:

جدول رقم (4-12)

معامل الارتباط (بيرسون) للعلاقة بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي إلى الأردن

		الدور الاقتصادي للقطاع السياحي
عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	معامل بيرسون	**0.511 **
	مستوى الدلالة	**0.001**
	العدد	**556**

**** معامل ارتباط بيرسون هام إحصائيا على مستوى ($\alpha \leq 0.001$)**

يظهر من الجدول رقم (4-12) وجود علاقة ارتباطيه ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي و عوامل الجذب السياحي إلى الأردن حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.511) مما يعني أن تمتع الأردن بعوامل الجذب السياحي يساهم في اجتذاب المزيد من السائحين مما يقود إلى ارتفاع حجم الميزان السياحي و تأمين القطع الأجنبي وتخفيض العجز في الموازنة الحكومية وميزان المدفوعات على حد سواء، وبالتالي كلما زادت عوامل جذب السائحين انعكس ذلك ايجابيا على الاقتصاد الأردني وازدياد الدور الاقتصادي للقطاع السياحي.

في ضوء ذلك تقبل الفرضية الثالثة حيث أظهرت وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي إلى الأردن حيث كانت قيمة معامل الارتباط هامة إحصائيا عند مستوى دلالة ($0.001 \geq \alpha$).

الفرضية الرابعة:

" هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$) بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين"

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام معامل الارتباط (بيرسون) لبيان العلاقة بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين والجدول رقم (4-13) يوضح ذلك:

جدول رقم (4-13)

معامل الارتباط (بيرسون) للعلاقة بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين

		الدور الاقتصادي للقطاع السياحي
مستوى الخدمات المقدمة للسائحين	معامل بيرسون	0.462 **
	مستوى الدلالة	0.001
	العدد	556

**** معامل ارتباط بيرسون هام إحصائيا على مستوى ($0.001 \geq \alpha$)**

يظهر من الجدول رقم (4-13) وجود علاقة ارتباطيه ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.462) مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى الخدمات المقدمة للسائحين ازداد الدور الاقتصادي للقطاع السياحي إذ يعتبر توفر المرافق السياحية في مواقع الجذب السياحي والكوادر البشرية المؤهلة والتسهيلات المقدمة للسائحين من الأمور المؤثرة على ازدياد أعداد السائحين وانعكاس ذلك على الحركة السياحية وما يتبع ذلك من انتعاش اقتصادي نتيجة زيادة العائدات ومساهمتها في التنمية الاقتصادية.

في ضوء ذلك تقبل الفرضية الرابعة حيث أظهرت وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الدور الاقتصادي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين حيث كانت قيمة معامل الارتباط هامة إحصائيا عند مستوى دلالة ($0.001\geq\alpha$).

الفرضية الخامسة:

" هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05\geq\alpha$) بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي إلى الأردن"

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام معامل الارتباط (بيرسون) لبيان العلاقة بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي وعوامل الجذب السياحي والجدول رقم (4-14) يوضح ذلك:

جدول رقم (4-14)

معامل الارتباط (بيرسون) للعلاقة بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي إلى الأردن

		الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي
عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	معامل بيرسون	0.455 **
	مستوى الدلالة	0.001
	العدد	556

** معامل ارتباط بيرسون هام إحصائيا على مستوى ($0.001\geq\alpha$)

يظهر من الجدول رقم (4-14) وجود علاقة ارتباطيه إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي إلى الأردن كما يبينها معامل الارتباط (بيرسون) الذي بلغ (0.455) حيث أن زيادة عوامل الجذب السياحي إلى الأردن تعني زيادة أعداد السائحين وهذا بالتالي يزيد من درجة الوعي السياحي لدى المواطنين وتحسنا في الأحوال المعيشية لدى العديد منهم والرغبة في تعلم اللغات الأجنبية الأمر الذي ينعكس على المستوى الاجتماعي والثقافي لدى المواطنين خاصة مع توفر الأوضاع السياسية المستقرة.

في ضوء ذلك تقبل الفرضية الخامسة حيث أظهرت وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي إلى الأردن حيث كانت قيمة معامل الارتباط هامة إحصائيا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.001$).

الفرضية السادسة:

" هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين"

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام معامل الارتباط (بيرسون) لبيان العلاقة بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين والجدول رقم (4-15) يوضح ذلك:

جدول رقم (4-15)

معامل الارتباط (بيرسون) للعلاقة بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين

		الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي
مستوى الخدمات المقدمة للسائحين	معامل بيرسون	0.300 **
	مستوى الدلالة	0.001
	العدد	556

** معامل ارتباط بيرسون هام إحصائيا على مستوى ($\alpha \leq 0.001$)

يظهر من الجدول رقم (4-15) وجود علاقة ارتباطيه إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين كما يشير إليها معامل الارتباط (بيرسون) الذي بلغ (0.300) وهذا يعني أنه كلما زاد مستوى الخدمات المقدمة للسائحين ازدادت أعداد السائحين وهذا بالتالي يؤدي إلى ازدياد عمليات الاتصال والتبادل الثقافي والتواصل الحضاري بين المواطنين والسائحين والتأثير على التركيب السكاني للمجتمع والحفاظ على المقومات السياحية الطبيعية.

في ضوء ذلك تقبل الفرضية السادسة حيث أظهرت وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين حيث كانت قيمة معامل الارتباط هامة إحصائيا عند مستوى دلالة ($\alpha\leq0.001$).

الفرضية السابعة:

" هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha\leq0.05$) بين عوامل الجذب السياحي إلى الأردن ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين"

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام معامل الارتباط (بيرسون) لبيان العلاقة بين عوامل الجذب السياحي ومستوى الخدمات السياحية المقدمة والجدول رقم (4-16) يوضح ذلك:

جدول رقم (4-16)

معامل الارتباط (بيرسون) للعلاقة بين عوامل الجذب السياحي إلى الأردن ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين

		مستوى الخدمات المقدمة للسائحين
عوامل الجذب السياحي إلى الأردن	معامل بيرسون	0.419 **
	مستوى الدلالة	0.001
	العدد	556

**** معامل ارتباط بيرسون هام إحصائيا على مستوى ($\alpha\leq0.001$)**

يظهر من الجدول رقم (4-16) وجود علاقة ارتباطيه إيجابية ذات دلالة إحصائية بين عوامل الجذب السياحي إلى الأردن ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.419) وهذا يعني أنه كلما ارتفع مستوى الخدمات المقدمة ازدادت عوامل جذب السائحين إلى الأردن.

في ضوء ذلك تقبل الفرضية السابعة حيث أظهرت وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين عوامل الجذب السياحي إلى الأردن ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين حيث كانت قيمة معامل الارتباط هامة إحصائيا عند مستوى دلالة ($0.001 \geq \alpha$).

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

Results and Recommendations

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

أولا: النتائج

بناء على النتائج السابقة لإجابات أسئلة الدراسة ومناقشة فرضياتها، تم التوصل إلى النتائج التالية:

1- يساهم القطاع السياحي برفد الميزانية الحكومية وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات الأردني وتأمين فرص عمل للعمالة الماهرة وغير الماهرة والتخفيض من معدل البطالة فضلا على تأهيل وتدريب الكوادر البشرية وزيادة إنتاجيتهم وتحقيق ارتفاع في دخول الأفراد ذوي العلاقة المباشرة وغير المباشرة بالقطاع السياحي. كما أن الحركة السياحية تقود إلى الزيادة في حجم الاستثمارات السياحية على اعتبار أن المشاريع السياحية تعد من المشاريع الإنتاجية الجاذبة لرؤوس الأموال الأجنبية.

2- يساهم القطاع السياحي بتوفير العملات الصعبة اللازمة لتنفيذ برامج التنمية الاقتصادية وزيادة المستوردات اللازمة للسائحين وارتفاعا في حجم الصادرات (من خلال الصادرات السياحية) في حالة ازدياد التدفق السياحي. كما يساهم القطاع السياحي على انتشار مكاتب السياحة والسفر وتطوير وتنمية مناطق الاستقبال وتحسين البنية التحتية والفوقية في مناطق الجذب السياحي.

3- يساهم القطاع السياحي في تطوير قطاعات اقتصادية أخرى ذات العلاقة كالقطاع الزراعي والصناعي والخدمي و قطاع الاتصالات لتلبية احتياجات السائحين من السلع والخدمات. كما يساهم القطاع السياحي في تأسيس شركات النقل السياحي وتأجير السيارات السياحية وتطوير مؤسسات التسويق السياحي محليا وخارجيا لجذب الاستثمارات السياحية إلى الأردن.

4- يشكل الأمن والأمان عاملا مهما في تسويق الأردن سياحيا. كما يحافظ القطاع السياحي على تنمية واستقرار العلاقات الودية وإبرام الاتفاقيات الدولية بين الأردن وباقي دول العالم في محاولة للتأثير على حركة التدفق السياحي إلى الأردن. أما بيئيا، فتمثل إقامة المتنزهات القومية أنموذجا لحماية القطاع السياحي للبيئة البرية والحفاظ على الموارد السياحية الطبيعية إضافة إلى دوره في استحداث الأساليب العمرانية الجديدة والمتطورة.

5- وعلى الصعيد الاجتماعي، أظهرت النتائج تأثير النشاط السياحي على درجة الوعي السياحي لدى المواطنين المحليين وزيادة الاهتمام باللغات الأجنبية والرغبة في تعلمها وظهور علاقات ودية بين السائحين والمواطنين واستمرار التواصل من خلال وسائل الاتصالات الحديثة. كما يؤثر القطاع السياحي على نظرة المجتمع للمرأة وزيادة الاعتقاد بأهمية دورها الاجتماعي فضلا عن الاهتمام بالتراث والتقاليد المحلية.

6- تعتبر الأماكن الأثرية في الأردن من أكثر العوامل جذبا للسائحين كما أن حسن الضيافة والمعاملة التي يتميز بها الشعب الأردني جعلتها كذلك عامل جذب سياحي. وقد أظهرت النتائج أن المراكز الدينية والمناخ والموقع الجغرافي المتميز للأردن جعلاه كذلك جاذبا للسائحين. كما يعد توفر المؤسسات الفندقية المؤهلة بمستوى عال من الخدمات والخبرات وانتشار مرافق العلاج الطبيعي سببا في الجذب السياحي إلى الأردن. كما أن تاريخ الأردن الغني بالحضارات التي تعاقبت عليه جعلته جاذبا للكثير من السائحين لدراسته والاطلاع عليه.

7- أظهرت النتائج معدلات عالية لمستوى الكثير من الخدمات السياحية المقدمة للسائحين كتوفر أماكن الإيواء الملائمة لاستقبال السائحين في مواقع الجذب السياحي وتقديم الخدمات المطلوبة في مواقع الجذب السياحي بشكل فوري وسريع في ظل تواجد الفنادق في المواقع السياحية وتقديمها كافة التسهيلات اللازمة للسائحين. كما تميزت المواقع السياحية بتوفر الكوادر البشرية المؤهلة بأعداد مناسبة واستخدامهم الوسائل والأساليب المتطورة مع السائحين في تعريفهم بالأردن. كما تميزت أجور وسائل النقل والخدمات المقدمة في المطاعم والاستراحات وأسعار رسوم الدخول للمواقع السياحية بمستوى عال

من الجودة والأسعار المناسبة. كما أظهرت النتائج توفر مواقف السيارات الملائمة والكافية والمقاعد العامة المريحة وأمكنة الطعام ومصادر المياه الصالحة للشرب في مواقع الجذب السياحي. وبشكل عام، فقد أظهرت النتائج المستوى العالي الذي تتمتع به الخدمات المقدمة للسائحين الأمر الذي يدل على توافر الجهود المبذولة من قبل الجهات المختصة ذات العلاقة بالقطاع السياحي من كلا القطاعين (العام والخاص) لتقديم الصورة المشرقة للأردن.

8- أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة نحو ثلاثة محاور من محاور الدراسة (الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي، عوامل الجذب السياحي إلى الأردن، مستوى الخدمات المقدمة للسائحين) والأداة ككل تعزى لأثر الجنس. حيث تبين من النتائج أن اتجاهات الذكور نحو محور الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي أقوى من اتجاهات الإناث وقد يعزى ذلك إلى أن المرأة ما تزال بحاجة إلى تقديم الدعم لها خصوصا وأن المرأة قد دخلت حديثا إلى مجال العمل السياحي. كما تبين أن اتجاهات الذكور نحو عوامل الجذب السياحي إلى الأردن و مستوى الخدمات المقدمة للسائحين جاءت أقوى من اتجاهات الإناث.

9- تبين من خلال النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة نحو محور الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي تعزى لأثر العمر جاءت لصالح الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن أفراد العينة ممن هم (25 سنة فأقل) على اختلاط دائم بالسائحين نظرا لطبيعة وظائفهم البعيدة عن المستويات الإدارية العليا والتي غالبا ما تكون في المستويات الدنيا التي تمكنهم من الاختلاط بالسائحين.

10- تبين من خلال النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة نحو محورين من محاور الدراسة (الدور الاقتصادي للقطاع السياحي، عوامل الجذب السياحي إلى الأردن) تعزى لأثر المستوى التعليمي جاءت لصالح المستوى التعليمي (بكالوريوس فأكثر) ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن حملة الشهادات الجامعية هم من متخذي القرارات وصانعي السياسات السياحية في القطاع العام ومن أصحاب المستويات الإدارية العليا في القطاع الخاص الأمر الذي يمكنهم من تحديد الدور الاقتصادي للقطاع السياحي بصورة أكفأ من المستوى التعليمي (دبلوم فأقل) إضافة إلى عدم توفر المعرفة لدى حملة (دبلوم فأقل) حول عوامل الجذب السياحي إلى الأردن نظرا لعدم توفر مستوى التعليم الملائم وأهميته في العمل السياحي.

11- دلت النتائج على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو محور واحد من محاور الدراسة هو عوامل الجذب السياحي إلى الأردن تعزى لأثر الحالة الاجتماعية جاءت لصالح المتزوجين ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن المتزوجين في أغلب الأحيان يقومون بزيارة المواقع الأثرية والدينية والمنتجعات الشاطئية باستمرار في أوقات العطل والفراغ خاصة أن المتزوج غالبا ما يكون مع زوجته وأولاده في حين تبقى فئة غير المتزوجين رهينة الظروف المعيشية والأولويات الحياتية التي قد تحل محل زيارة أماكن الراحة والاستجمام والاطلاع على آثار الأردن والتعرف على الحضارات التي تعاقبت عليه.

12- تبين من خلال النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر نحو محور واحد من محاور الدراسة هو الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي تعزى لأثر الخبرة في مجال القطاع السياحي جاءت لصالح فئة الخبرة (أقل من 5 سنوات) ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن ذوي الخبرة (أقل من 5 سنوات) هم في الغالب من فئة

الشباب المتحمس للعمل في مجال القطاع السياحي وبالتالي فإن نظرتهم للنواحي الاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية للقطاع السياحي تنشأ من رغبتهم في تأكيد دورهم في القطاع السياحي والمجتمع ككل باعتبارهم الشريحة الكبرى من المجتمع الأردني.

13- أظهرت الدراسة وجود علاقات قوية بين محاور الدراسة (الدور الاقتصادي للقطاع السياحي، الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي، عوامل الجذب السياحي إلى الأردن، مستوى الخدمات المقدمة للسائحين) جاءت جميعها دالة إحصائيا عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$).

ثانيا: التوصيات

في ضوء استجابات أفراد العينة وبناء على نتائج الدراسة يمكن التقدم بالتوصيات التالية لتعميق الدور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي وعوامل الجذب السياحي ومستوى الخدمات المقدمة للسائحين، حيث من المهم:

1- العمل على إنشاء جامعات أو كليات أو معاهد لتدريس فن السياحة من كافة وجوهه المختلفة ورفع أداء القائم منها مع التركيز على الاهتمام بالإدارات العليا.

2- تنشيط الأماكن السياحية من خلال الترميم والمحافظة عليها وإذا لزم الأمر حراستها من العبث مع إيلاء بعض الأماكن السياحية الغير مستغلة مزيدا من الاهتمام.

3- دعم وتوفير الكوادر المدربة وتدريب الفئات التي تحتاج إلى تدريب من قبل المنشآت السياحية مثل الفنادق والمطاعم والمتاحف والمنتجعات السياحية والعلاجية وزيادة مراكز التدريب والتعليم وخاصة في الصناعات التقليدية والإدارة العليا في هذا القطاع.

4- زيادة مساهمة القطاع العام في تنشيط الحركة السياحية خارجيا بالاتفاق مع مكاتب السياحة والسفر لتعود الفائدة على الجميع مع منح وزارة السياحة والآثار صلاحيات أوسع ومرونة أكبر ومنع الازدواجية بين القوانين والأنظمة بينها وبين المؤسسات والجهات الأخرى.

5- إنشاء برامج تعاونية ما بين شركات الطيران (العامة والخاصة) والقطاع الخاص لعمل جذب سياحي كما هو عليه الحال في الدول المجاورة، وإتباع سياسة تسويقية علمية من خلال زيادة عدد النشرات السياحية المتعلقة بالمواقع السياحية وتوزيعها على مختلف الأنشطة السياحية في داخل المملكة وخارجها.

6- باعتبار وسيلة النقل الجوي من أهم وسائل النقل المستخدمة في السياحة فإن من الضروري وضع سياسة تسعيرية مخفضة تشمل رسوم الدخول والخروج وتخفيض الضريبة على الطائرات في المطارات الأمر الذي يساهم في تزايد أعداد السائحين إلى الأردن.

7- نظرا لغنى الأردن بالسياحة الدينية فلا بد من تنشيطها واستغلالها وتسويقها إقليميا ليتكون لدينا مستقبلا سياحة عربية – عربية لا تنقطع ولا تتأثر جراء أي ظرف من الظروف. كما يجب الاهتمام بزيادة حجم الاستثمارات في مواقع السياحة العلاجية وتقديم التسهيلات اللازمة لتطويرها وتوفير المعدات والخبرات المتخصصة في هذا المجال.

8- تشجيع القوى العاملة المحلية للانخراط في العمل السياحي من أجل زيادة القيمة المضافة في هذا القطاع الهام من خلال توعية المواطنين حول طبيعة العمل فيه ووضع البرامج والمحاضرات في المدارس والأماكن العامة وذلك لتغيير نظرة وعقلية المواطنين تجاه السياحة.

9- يبقى الموضوع الأهم وهو ضرورة التخطيط المسبق للقطاع السياحي من قبل الجهات المختصة والجهات ذات العلاقة والعمل على تنظيم القطاع السياحي من فنادق ومطاعم وآثار وشواطئ ومنتجعات.

الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

ملحق رقم (1)

الاستبانة

جامعة اليرموك

كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

قسم الاقتصاد

دور القطاع السياحي والمرافق والخدمات السياحية في الاقتصاد الأردني :
" من وجهة نظر العاملين في القطاع "

الأخ المستجيب / الأخت المستجيبة:

تهدف هذه الدراسة إلى استطلاع آراء موظفي وزارة السياحة والآثار وموظفي قطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر حول دور القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني، أملا في أن تسهم آراءكم القيمة في إبراز دور وأهمية القطاع السياحي والمرافق والخدمات السياحية في الاقتصاد الأردني علما بأن المعلومات الواردة في الاستبانة ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستعامل بسرية تامة وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاقتصاد.

شاكرا حسن تعاونكم

الباحث

قصي عمر صفوري

أولا: البيانات الشخصية

يرجى التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية بوضع إشارة (X) في المكان المناسب :

1. الجنس	أ ذكر	أ أنثى
2. العمر	أ أقل من 25 سنة	أ 25 سنة فأكثر
3. المستوى التعليمي	أ دبلوم (كلية مجتمع) فأقل	أ بكالوريوس فأكثر
4. الحالة الاجتماعية	أ متزوج	أ أعزب
5. الخبرة في مجال القطاع السياحي	أ أقل من 5 سنوات	أ 5 سنوات فأكثر

ثانيا: الاستبانة

يرجى قراءة العبارات التالية وبين مدى درجة اتفاقك معها بوضع إشارة (X) أسفل الإجابة التي تختارها، علما أن الاستبانة تتألف من أربعة محاور:

المحور الأول: الدور الاقتصادي للقطاع السياحي

	العبـــــارة	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
.1	يساهم القطاع السياحي برفد الميزانية الحكومية وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات الأردني					
.2	يساهم القطاع السياحي بتوفير العملات الصعبة اللازمة لتنفيذ برامج التنمية الاقتصادية					
.3	يساهم القطاع السياحي في تأهيل وتدريب الكوادر البشرية وزيادة إنتاجيتهم					
.4	تؤدي المقبوضات من السياحة الخارجية إلى توسيع الطاقة الإنتاجية وتحقيق معدل تضخم معتدل					
.5	يساهم القطاع السياحي في تطوير وتنمية مناطق الاستقبال وزيادة الاستثمار فيها					
.6	يساهم القطاع السياحي في تأمين فرص عمل للعمالة الماهرة وغير الماهرة والتخفيض من معدل البطالة					
.7	تدعم مقبوضات القطاع السياحي البنية الاقتصادية التحتية والفوقية للدولة					
.8	يؤدي إقامة المشاريع السياحية إلى تطوير وتحسين البنية التحتية والفوقية في مناطق الجذب السياحي					
.9	يحقق القطاع السياحي ارتفاعا في دخول الأفراد ذوي العلاقة المباشرة وغير المباشرة بالقطاع السياحي					
.10	يساهم القطاع السياحي في ارتفاع حجم الصادرات الخارجية (من خلال الصادرات السياحية)					
.11	يساهم القطاع السياحي في إحداث تطورات ايجابية في الأنشطة التقليدية التي تساهم في دعم البناء الاقتصادي للمجتمع					
.12	يؤدي أسلوب الشراء المتبع من قبل السائحين في مناطق الاستقبال إلى ارتفاع أسعار السلع والخدمات وزيادة الطلب عليها					
.13	يؤدي ارتفاع الدخول في مناطق الاستقبال إلى تأسيس مشاريع اقتصادية خدمية جديدة وتوسيع القائم منها					
.14	يساهم القطاع السياحي في إعادة توزيع الدخل ونشر التنمية بين المناطق الجغرافية في الأردن					
.15	تعد المشاريع السياحية من المشاريع الإنتاجية الجاذبة لرؤوس الأموال الأجنبية					
.16	تؤدي الزيادة في الحركة السياحية إلى الزيادة في حجم الاستثمارات السياحية					
.17	ينعكس توافر المشاريع الاستثمارية السياحية ذات الربحية على ازدهار القطاع السياحي والاقتصاد الوطني ككل					
.18	يساهم القطاع السياحي على انتشار مكاتب السياحة والسفر وازدياد أعداد السائحين القادمين إلى الأردن					

العبـــارة		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
.19	تساهم مكاتب السياحة والسفر في تطوير مؤسسات الدعاية السياحية داخل الأردن					
.20	يساهم القطاع السياحي في تأسيس شركات النقل السياحي وتأجير السيارات السياحية					
.21	يساهم القطاع السياحي في تطوير مؤسسات التسويق السياحي محليا وخارجيا لجذب الاستثمارات السياحية إلى الأردن					
.22	يؤدي ازدهار القطاع السياحي إلى ازدهار صناعة التراث الشعبي					
.23	يؤدي ازدهار القطاع السياحي إلى تأسيس المعاهد السياحية والمراكز العلمية المتخصصة ذات العلاقة بالقطاع السياحي					
.24	تساهم السياحة العلاجية في بناء المنتجعات والمستشفيات والمرافق الصحية المختلفة في الأردن					
.25	يؤدي ازدياد التدفق السياحي إلى زيادة المستوردات اللازمة للسائحين					
.26	يساهم القطاع السياحي في تطوير قطاع الاتصالات في الأردن					
.27	يساهم ا لقطاع السياحي في تطوير القطاع الزراعي والصناعي والخدمي لتلبية احتياجات السائحين من السلع والخدمات					
.28	يؤثر القطاع السياحي على نظرة المجتمع للمرأة والعمل على زيادة دورها الاقتصادي					

المحور الثاني: الدور الاجتماعي والثقافي والبيئي والسياسي للقطاع السياحي

العبـــارة		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
.1	ينجم عن النشاط السياحي زيادة في درجة الوعي السياحي لدى المواطنين					
.2	يساهم القطاع السياحي في تحسين الأحوال المعيشية لدى العديد من المواطنين					
.3	يفرض التدفق السياحي قيودا على العادات والتقاليد المحلية					
.4	ينجم عن تنظيم الرحلات السياحية ظهور علاقات ودية بين المواطنين والسائحين					
.5	ينجم عن اختلاط السائحين بالمواطنين العديد من المشاكل الاجتماعية					
.6	تؤدي الحركة السياحية إلى التأثير على التركيب السكاني وتشجيع هجرة المواطنين من الريف إلى المدن					
.7	تبرز نتيجة الاهتمام بالقطاع السياحي الاهتمام باللغات الأجنبية والرغبة في تعلمها					
.8	يتحقق عن القطاع السياحي ازدياد عمليات الاتصال والتبادل الثقافي والتواصل الحضاري بين الشعوب					
.9	يساهم القطاع السياحي في زيادة الاهتمام بالتراث والتقاليد المحلية					
.10	يؤدي القطاع السياحي إلى انتشار حوادث الجريمة والفساد الأخلاقي					
.11	يقود الاختلاف الفكري والثقافي بين المواطنين والسائحين إلى تأثير ثقافي غير مرغوب به					

	العبـــــارة	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
.12	تمثل إقامة المتنزهات القومية نموذجا لحماية القطاع السياحي للبيئة البرية والحفاظ على الموارد السياحية الطبيعية					
.13	يساهم القطاع السياحي بصورة أو بأخرى في إضافة أساليب عمرانية جديدة ومتطورة					
.14	يحافظ القطاع السياحي على تنمية و استقرار العلاقات الودية بين الأردن والدول التي يأتي منها السائحون					
.15	يساهم القطاع السياحي في إبرام الاتفاقيات الدولية بين الأردن وباقي دول العالم في محاولة للتأثير على حركة التدفق السياحي إلى الأردن					
.16	يشكل الأمن والأمان عاملا مهما في تسويق الأردن سياحيا					
.17	يؤثر القطاع السياحي على نظرة المجتمع للمرأة وزيادة الاعتقاد بأهمية دورها الاجتماعي					

المحور الثالث: عوامل الجذب السياحي إلى الأردن

	العبـــــارة	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
.1	تعتبر زيارة الأماكن الأثرية في الأردن من العوامل الجاذبة للسائحين					
.2	تشكل المراكز الدينية في الأردن عوامل جذب سياحي للسائحين					
.3	تعتبر الحدائق العامة والمنتجعات الشاطئية والجبلية من العوامل الجاذبة للسائحين					
.4	يعد المناخ والموقع الجغرافي المتميز للأردن من عوامل الجذب السياحي إلى الأردن					
.5	تعد المقومات الفكرية والاجتماعية والثقافية كاللغة والموسيقى والمهرجانات من العوامل الجاذبة للسائحين					
.6	تحفز ممارسة الهوايات الرياضية المختلفة السائحين على زيارة الأردن					
.7	تعتبر أماكن الراحة والاستجمام في الأردن من عوامل الجذب السياحي					
.8	تساهم المؤتمرات والاحتفالات واللقاءات في جذب السائحين إلى الأردن					
.9	تعد زيارة الأقارب والأصدقاء والمعارف من عوامل الجذب السياحي إلى الأردن					
.10	يجذب تاريخ الأردن الغني بالحضارات التي تعاقبت عليه الكثير من السائحين لدراسته والاطلاع عليه					
.11	تعد زيارة الأماكن البعيدة عن المدن كالغابات والصحاري المنتشرة في المملكة من العوامل الجاذبة للسياح					
.12	تعد حسن الضيافة والمعاملة من العوامل الجاذبة للسائحين					
.13	تشجع مرافق العلاج الطبيعي السائحين على زيارة الأردن					
.14	تعتبر المؤسسات الفندقية المؤهلة بمستوى عال من الخدمات والخبرات عامل جذب سياحي إلى الأردن					
.15	تساهم وكالات السياحة والسفر على الجذب السياحي إلى الأردن					

المحور الرابع: مستوى الخدمات المقدمة للسائحين

	العبــــــارة	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
.1	تقدم الفنادق المتواجدة في المواقع السياحية كافة التسهيلات اللازمة للسائحين					
.2	تعتبر أسعار رسوم الدخول للمواقع السياحية مناسبة					
.3	تتميز مواقع الجذب السياحي في الأردن بالنظافة العامة					
.4	تتوفر مصادر المياه الصالحة للشرب في مواقع الجذب السياحي					
.5	تتوفر مواقف السيارات الملائمة والكافية في مواقع الجذب السياحي					
.6	تعتبر نوعية الطرق المؤدية لمواقع الجذب السياحي على درجة عالية من التطور					
.7	تتوفر المقاعد العامة المريحة وأمكنة الطعام في الأماكن السياحية					
.8	تتوفر الخرائط والمعلومات اللازمة حول مواقع الجذب السياحي في الأردن					
.9	سهولة التنقل من وإلى مواقع الجذب السياحي من خلال توفر وسائل النقل المناسبة					
.10	تعتبر أجور وسائل النقل ملائمة لكافة السائحين					
.11	يؤدي توفر شبكة من الطرق والمواصلات إلى تسهيل حركة المرور وانسياب القادمين والخارجين					
.12	تتوفر الكوادر البشرية المؤهلة في مواقع الجذب السياحي بأعداد مناسبة					
.13	تتوفر المرافق الصحية الملائمة في المواقع السياحية وتتصف بالنظافة والترتيب					
.14	تتصف الخدمات المقدمة في المطاعم والاستراحات بمستوى عال من الجودة والأسعار المناسبة					
.15	تتميز الإجراءات الرسمية المتعلقة بدخول وخروج السائحين باليسر والسهولة					
.16	تتواءم البرامج السياحية المقدمة مع ميول ورغبات السائحين					
.17	يعتبر أداء الأدلاء السياحيين في مواقع الجذب السياحي على درجة عالية من المهنية					
.18	تتوفر لدى مواقع الجذب السياحي القدرة على استيعاب الأعداد القادمة من السائحين					
.19	تقدم الخدمات المطلوبة في مواقع الجذب السياحي بشكل فوري وسريع					
.20	تعالج الشكاوى والمشكلات التي يواجهها السائحون بأسلوب مناسب من قبل الجهات المختصة					
.21	تتوفر أماكن الإيواء الملائمة لاستقبال السائحين في مواقع الجذب السياحي					
.22	تعتبر الوسائل والأساليب المتبعة مع السائحين في تعريفهم بالأردن وسائل متطورة وكافية					

ملحق رقم (2)

قانون السياحة وتعديلاته رقم 20 لسنة 1988

المادة 1

يسمى هذا القانون (قانون السياحة لسنة 1988) ويعمل به من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

المادة 2

أ . يكون للكلمات والعبارات التالية حيثما وردت في هذا القانون المعاني المخصصة لها أدناه ما لم تدل القرينة على غير ذلك :

الوزارة : وزارة السياحة والآثار.

الوزير : وزير السياحة والآثار.

المجلس : المجلس الوطني للسياحة المشكل بمقتضى أحكام هذا القانون.

الأمين العام : أمين عام الوزارة.

اللجنة : لجنة السياحة المشكلة بمقتضى هذا القانون.

المواقع السياحية : المواقع والأراضي والأبنية ومنتجعات المياه المعدنية التي يقرر مجلس الوزراء بناء على تنسيب الوزير أنها من تلك المواقع ويعلن عنها في الجريدة الرسمية.

ب. لمقاصد هذا القانون تشمل المهن السياحية ما يلي :

1. مكاتب وشركات السياحة والسفر.
2. النقل السياحي المتخصص.
3. المنشات الفندقية والسياحية.
4. خدمات أدلاء السياح .
5. الحرف والصناعات التقليدية والشعبية والمتاجرة بها .
6. المطاعم السياحية.
7. شركات اقتسام الوقت (Time Share).
8. أي نشاط آخر يقرر المجلس انه من المهن السياحية ويعلن عنه في الجريدة الرسمية.

المادة 3

تهدف الوزارة بالتعاون مع القطاع الخاص وبالتنسيق مع الجهات الرسمية المختصة ذات العلاقة إلى تشجيع السياحة وتطويرها وتنمية الموارد السياحية واستثمارها لزيادة مساهمتها في دعم الاقتصاد الوطني ونشر التفاهم بين الشعوب وتحقيقا لذلك تتولى المهام والصلاحيات التالية :

أ . المحافظة على المواقع السياحية، وتطوير هذه المواقع واستثمارها بصورة مباشرة وغير مباشرة، بما في ذلك تنظيمها وإدارتها والإشراف على تنفيذ البنى التحتية والإنشاءات الأساسية فيها .

ب. ترخيص المهن السياحية وتصنيفها وفقا لأحكام هذا القانون والأنظمة الصادرة بموجبه، والإشراف عليها بقصد تنظيمها وتطويرها لرفع مستوى الخدمات التي تقدم للسياح.

ج. تسهيل المعاملات المتعلقة بالسياح بالتعاون مع الجهات المختصة والمنظمات السياحية داخل المملكة وخارجها وتوفير وسائل الراحة والرعاية لهم.

د. وضع برامج شاملة متكاملة للدعاية السياحية وتنفيذها والإشراف عليها وتسويق السياحة وترويجها إلى المملكة بالتعاون مع الجهات المعنية.

هـ. عقد الاتفاقيات السياحية مع المنظمات والهيئات السياحية الإقليمية والدولية بموافقة مجلس الوزراء .

و. تنظيم الاستثمار ورعايته وتشجيعه في قطاع السياحة وفقا للسياسة العامة التي يضعها المجلس.

ز. تشجيع السياحة الداخلية والاستثمار السياحي وتنظيمه ورعايته وتنظيم برامج سياحية لهذه الغاية بهدف تعريف المواطنين بمعالم المملكة.

ح. العمل على توفير القوى البشرية والإمكانات الفنية اللازمة للمهن السياحية لرفع مستوى الأداء والكفاية في أعمال هذه المهن بالتعاون مع المؤسسات والمنظمات والهيئات المحلية والدولية المختصة.

ط. إعداد الدراسات والأبحاث الخاصة لتطوير المهن السياحية وتنميتها.

ي. القيام بأية أعمال أخرى تتعلق بالسياحة يقررها المجلس.

المادة 4

للوزارة إنشاء كليات ومعاهد لتدريس العلوم المتعلقة بالسياحة وذلك وفقا لأحكام ومتطلبات قانون التعليم العالي المعمول به وتنظيم الأمور الإدارية والمالية وسائر الشؤون المتعلقة بهذه الكليات والمعاهد بموجب أنظمة تصدر بمقتضى أحكام هذا القانون والقوانين الأخرى المعمول بها.

المادة 5

أ . يؤلف مجلس يسمى (المجلس الوطني للسياحة) برئاسة الوزير وعضوية كل من:

1. الأمين العام نائبا للرئيس .
2. أمين عام وزارة الداخلية .
3. أمين عام وزارة المالية .
4. أمين عام وزارة التخطيط .
5. أمين عام وزارة البيئة .
6. أمين عام وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية.

7. مدير عام مؤسسة تشجيع الاستثمار .

8 . مدير عام دائرة الآثار العامة .

9 . مدير عام سلطة إقليم البتراء .

10 . احد مفوضي منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة يسميه رئيس مجلس المفوضين.

11 . مدير عام هيئة تنشيط السياحة .

12 . الرئيس التنفيذي للملكية الأردنية .

13 . ستة أعضاء من ذوي الكفاءة والخبرة من القطاع الخاص، يتم تعيينهم بقرار من الوزير لمدة سنتين على أن يراعى في ذلك تمثيل المهن السياحية المختلفة، ويجوز تغيير أي منهم وتعيين بديل له للمدة المتبقية من عضويته.

ب. يجتمع المجلس بدعوة من الرئيس مرة على الأقل كل شهرين أو كلما دعت الحاجة لذلك ويكون اجتماعه قانونيا بحضور أكثرية الأعضاء بما فيهم الرئيس أو نائبه ، ويتخذ قراراته بالإجماع أو بأكثرية أعضائه الحاضرين على أن لا يتقاضى أعضاء المجلس أي مكافآت مالية.

ج. يعين الوزير من بين موظفي الوزارة أمين سر للمجلس يتولى تنظيم اجتماعاته وإعداد جدول أعماله وتدوين قراراته ومتابعة تنفيذها.

المادة 6

يتولى المجلس المهام والصلاحيات التالية :

أ . وضع السياسة العامة للسياحة في المملكة وإقرار الخطط والبرامج اللازمة لتنفيذها وبصورة خاصة تطوير المواقع السياحية.

ب. الإسهام في وضع سياسات التعليم والتدريب والتأهيل السياحي وكيفية إنشاء المراكز الخاصة وإدارتها وذلك بالتنسيق مع الجهات الرسمية ذات العلاقة بمقتضى تشريعاتها الخاصة .

ج. التوصية بتحديد المواقع السياحية في المملكة .

د. اقتراح مشروعات القوانين والأنظمة المتعلقة بالسياحة .

هـ. وضع أسس ترخيص وتصنيف المهن السياحية .

و. وضع أسس تحديد أسعار الخدمات السياحية .

ز. أي أمور أخرى ذات علاقة بالسياحة يقرر الوزير عرضها عليه.

المادة 7

أ . تشكل لجنة تسمى (لجنة السياحة) برئاسة الأمين العام وعضوية كل من:

1. مندوب عن وزارة الداخلية.
2. مندوب عن وزارة الصحة.
3. مندوب عن وزارة الشؤون البلدية.
4. مندوب عن أمانة عمان الكبرى.
5. احد موظفي الوزارة يعينه الوزير عضوا ومقررا ويعين كل من أعضاء اللجنة المنصوص عليهم في البنود من (1 - 5) بقرار من الوزير المختص من موظفي الفئة الأولى في وزارته.
6. خمسة أشخاص من ذوي الخبرة في المهن السياحية يعينهم الوزير لمدة سنتين ويجوز تغيير أي منهم وتعيين بديل له للمدة المتبقية من عضويته.

ب. تجتمع اللجنة بدعوة من رئيسها كلما دعت الحاجة إلى ذلك ويكون أي اجتماع تعقده قانونيا بحضور الأكثرية المطلقة للأعضاء وتصدر تنسيباتها بالإجماع أو بأكثرية أصوات الحاضرين.

المادة 8

أ . تتولى اللجنة دراسة الأمور المبينة أدناه ورفع التوصيات اللازمة بشأنها للوزير:

1. ترخيص المهن السياحية وتصنيفها وتجديد ترخيصها وفقا للأنظمة المعمول بها والتعليمات الصادرة من قبل الوزير.
2. النظر في المخالفات المهنية التي يرتكبها أصحاب المهن السياحية وفي الشكاوى المقدمة بحقهم إلى الوزارة والتحقق من هذه الشكاوى والمخالفات واقتراح الإجراءات والقرارات الواجب اتخاذها بحقهم .
3. أي أمور أخرى ذات علاقة بالسياحة يعرضها الوزير عليها.

ب. لرئيس اللجنة، إذا اقتضت المصلحة ذلك، تشكيل لجان فرعية متخصصة لدراسة أمور يحددها وتقديم التوصيات بشأنها إلى اللجنة.

المادة 9

لا يجوز لأي شخص طبيعي أو معنوي ممارسة أي مهنة سياحية أو تملكها إلا بعد الحصول على ترخيص من الوزارة بمقتضى هذا القانون والأنظمة الصادرة بموجبه.

المادة 10

أ . يقدم طلب ترخيص المهنة السياحية إلى الوزير على النموذج المعد لهذه الغاية بعد أن يعرض على اللجنة لدراسته وتقديم توصياتها بشأنه إلى الوزير الذي له الموافقة على الطلب أو رفضه إذا لم تتوفر فيه الشروط المقررة بما في ذلك أن تكون الجهات الرسمية والبلدية المعنية قد وافقت عليه.

ب. تصدر الرخصة باسم مالك المهنة السياحية سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا بعد دفع الرسوم المقررة ويعمل بها لمدة سنة واحدة تجدد بعد انتهائها وفقا لأحكام صدورها وإجراءاتها.

المادة 11

للوزير بناء على تنسيب اللجنة :

أ . إنذار مالك المهنة السياحية أو ممارسها لإزالة أي مخالفة ارتكبها ، وذلك خلال المدة التي يحددها الوزير . وإذا لم يقم أي منهم بإزالة المخالفة خلال المدة المحددة له في الإنذار ، فللوزير اتخاذ أي من الإجراءات المبينة أدناه على التوالي :

1. إغلاق المحل الذي تمارس فيه المهنة السياحية أو سحب ترخيص ممارسة تلك المهنة للمدة التي يراها مناسبة.
2. إلغاء الترخيص وشطبه نهائيا من سجلات الوزارة في حال استنفاذ ما سبق.
3. يراعى في كل ما سبق حجم المخالفة .

ب. إغلاق أي محل أو مكتب تمارس فيه مهنة سياحية دون الحصول على ترخيص أو عدم تجديده وفقا لأحكام هذا القانون والأنظمة الصادرة بمقتضاه.

ج. تسييل الكفالات البنكية التي يقدمها أصحاب المهن السياحية بحيث تقتطع منها المبالغ التي دفعها الأفراد والسياح مقابل خدمة سياحية لم تقدم لهم أو نتيجة لإخلالهم بالالتزامات المترتبة عليهم تجاه هؤلاء الأفراد والسياح وعلى البنك الالتزام بالقرار الصادر عن الوزير بهذا الشأن .

د. إلغاء الترخيص لأي مهنة سياحية ورفض تجديده إذا أدين مالك تلك المهنة أو ممارسها بأي جناية أو بجنحة مخلة بالأخلاق والآداب العامة والشرف ما لم يرد إليه اعتباره.

المادة 12

لغايات تطبيق أحكام هذا القانون يعتبر حامل الترخيص بممارسة أو تملك أية مهنة سياحية مخالفا لالتزاماته المنصوص عليها في هذا القانون وواجباته المهنية في أي من الحالات التالية وذلك سواء كانت تلك الالتزامات والواجبات والخدمات متعاقدا عليها أو كانت من الأمور المتعارف عليها :

أ . إذا تخلف عن القيام بواجباته أو أداء خدماته اتجاه عملائه أو أصحاب المهن السياحية الآخرين أو اخل بها أو قصر في أدائها.

ب. إذا دخل في منافسة غير مشروعة مع الغير أو مضرة بالاقتصاد الوطني.
ج. إذا ارتكب عملا ماسا بمصلحة أو سمعة السياحة الوطنية أو المهن السياحية بما في ذلك ممارسة المهنة بصورة تتنافى مع الأخلاق والآداب العامة والنظام العام والعرف السياحي ولائحة الآداب والسلوك الخاص بكل منها.

المادة 13

أ . تلتزم شركات الإدارة الفندقية المحلية والأجنبية عند تنفيذ أحكام الاتفاقيات والعقود المبرمة فيما بينها بما يلي :

1. تزويد الوزارة بنسخ من هذه الاتفاقيات والعقود .
2. تدريب القوى البشرية الأردنية على مختلف المستويات الإدارية والفندقية والسياحية وتزويد الوزارة ببرامج التدريب السنوية.
3. تنفيذ برامج تسويقية وترويجية سياحية للمملكة بإدراج المبالغ المخصصة لهذه الأغراض في موازنتها السنوية وإنفاقها لهذه الغاية وذلك بالتعاون والتنسيق مع الوزارة وهيئة تنشيط السياحة الأردنية.

ب. لا يجوز تنزيل نفقات التسويق والترويج والتدريب من الدخل الخاضع للضريبة إلا بمصادقة من الوزير على أنها أنفقت لهذه الأغراض.

المادة 14

أ . تنشا في المملكة هيئة تسمى (هيئة تنشيط السياحة) تتمتع بالشخصية الاعتبارية ذات الاستقلال الإداري والمالي، وتهدف إلى تنشيط السياحة وتسويقها والترويج لها، داخل المملكة وخارجها. وتحدد مهامها بموجب نظام يصدر لهذه الغاية بمقتضى أحكام هذا القانون وتطبق على تشكيلاتها وعلى سائر الأمور المتعلقة بها الأحكام التالية :-

1. تتألف العضوية في الهيئة من الوزارة ومن المؤسسات الرسمية العامة المعنية بالسياحة ومن الجمعيات والهيئات السياحية وأصحاب المهن السياحية المرخصة التي يحددها النظام الذي يصدر لهذه الغاية بما في ذلك كيفية تحديد نسبة كل منها في الهيئة.
2. تحدد بموجب النظام الأحكام والإجراءات الخاصة باجتماعات الهيئة العامة وكيفية عقدها واتخاذ القرارات المناسبة فيها ومساهمات الأعضاء من القطاعين العام والخاص في موازنتها ورسوم الانتساب إليها ورسوم الاشتراكات السنوية فيها.
3. يكون للهيئة مجلس إدارة يحدد النظام الأحكام والإجراءات الخاصة بكيفية تشكيله وكيفية انتخاب الأعضاء فيه والصلاحيات والمهام الموكولة إليه وكيفية عقد اجتماعاته واتخاذ القرارات فيه، وسائر الأمور الإدارية والمالية المتعلقة به.

ب. تتألف الواردات المالية للهيئة مما يلي:

1. مساهمات الأعضاء في موازنتها.

2. رسوم الانتساب إليها ورسوم الاشتراكات السنوية فيها.

3. أي موارد مالية أخرى يوافق عليها المجلس.

ج. تنشأ في المملكة جمعية أو أكثر للمهن السياحية، وتكون لكل منها بعد إنشائها شخصية اعتبارية.

د. تحدد بنظام يصدر بمقتضى هذا القانون الأحكام والإجراءات الخاصة بكيفية تشكيل مجلس إدارة الجمعية وكيفية انتخابه وعضوية الهيئة العامة لها والمهام المنوطة بكل منها وكيفية عقد اجتماعاتها وقواعد ممارسة المهنة وآدابها وسائر الأمور الإدارية والمالية الخاصة بالجمعية وتحديد رسوم الانتساب إليها ورسوم الاشتراك فيها ويجوز إنشاء اتحادا للجمعيات السياحية تكون له شخصية اعتبارية وتطبق عليه أحكام هذه الفقرة.

هـ. تتولى الجمعية رعاية مصالح أعضائها والعمل على تحقيق أهدافها بما في ذلك تنمية السياحة وتنشيطها بالتعاون مع الوزارة ويكون انتساب مالكي المهن السياحية إلى جمعية السياحة الخاصة بالمهنة التي يمارسونها بعد إنشائها إلزاميا ولا يسمح لأي شخص بممارسة أي مهنة سياحية إلا بعد انتسابه للجمعية الخاصة بها.

و. تعتبر الجمعيات السياحية والهيئات السياحية الأخرى القائمة في المملكة عند صدور هذا القانون وكأنها منشاة بموجبه وعليها توفيق أوضاعها مع أحكامه خلال مدة لا تتجاوز 31/ 12/2002. وتقديم الأنظمة التي أنشأت بموجبها إلى مجلس الوزراء لإصدارها.

ز. لمجلس الوزراء بناء على تنسيب الوزير إنشاء إدارات أو هيئات للمواقع والمرافق السياحية ذات موازنات وهياكل إدارية محددة تهدف إلى تطوير واستثمار هذه المواقع والمرافق وإدامتها، على أن تحدد مهامها وسائر الأمور المتعلقة بها بموجب نظام يصدر لهذه الغاية.

المادة 15

أ. يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر ولا تزيد على سنة أو بغرامة لا تقل عن ثلاثة آلاف دينار ولا تزيد على عشرة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من :

1. امتلك أو مارس مهنة سياحية قبل الحصول على ترخيص بذلك وفقا لأحكام هذا القانون.

2. مارس أي مهنة سياحية أو أدارها بصورة تنطوي على منافسة غير مشروعة أو مضرة بسمعة السياحة الوطنية وللصناعات والمهن السياحية أو الاقتصاد الوطني.

ب. تقام دعوى الحق العام بمقتضى أحكام هذه المادة من قبل النائب العام بناء على طلب الوزير.

ج. إذا أدين أي شخص بارتكاب أي من الجرائم المنصوص عليها في البند (2) من الفقرة (أ) من هذه المادة فللمحكمة أن تقرر إغلاق المحل أو المكتب الذي تمارس فيه تلك المهنة.

المادة 16

لمجلس الوزراء إصدار الأنظمة اللازمة لتنفيذ أحكام هذا القانون بما في ذلك ما يتعلق بالأمور التالية :

أ . تصنيف المهن السياحية وترخيصها وتحديد الرسوم الواجب استيفاؤها عنها وكيفية تحصيلها والكفالات المالية التي يترتب تقديمها وتحديد أسعار الخدمات السياحية وأجورها.

ب. تحديد رسوم الدخول إلى المواقع السياحية والإعفاء منها.

ج. المؤهلات الواجب توافرها في أدلاء السياحة وشروط وإجراءات ورسوم ترخيصهم.

المادة 17

يلغى قانون السياحة رقم (10) لسنة 1968 وما طرا عليه من تعديلات على أن يستمر العمل بالأنظمة الصادرة بمقتضاه وكأنها صادرة بموجب هذا القانون إلى أن تلغى أو يستبدل غيرها بها.

المادة 18

رئيس الوزراء والوزراء مكلفون بتنفيذ أحكام هذا القانون.

ملحق رقم (3)

قانون معدل لقانون السياحة

نحن عبدالله الثاني ابن الحسين ملك المملكة الاردنية الهاشمية
بمقتضى المادة (٣١) من الدستور
وبناء على ماقرره مجلسا الاعيان والنواب
نصادق على القانون الآتي ونأمر باصداره
واضافته الى قوانين الدولة :-

قانون رقم (١٠) لسنة ٢٠٠٤
قانون معدل لقانون السياحة

المادة١- يسمى هذا القانون (قانون معدل لقانون السياحة لسنة ٢٠٠٤) ويقرأ مع القانون رقم (٢٠) لسنة ١٩٨٨ المشار اليه فيما يلي بالقانون الاصلي وما طرأ عليه من تعديل قانوناً واحداً ويعمل به من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

المادة٢- يلغى نص المادة (٢) من القانون الاصلي ويستعاض عنه بما يلي :-
المادة٢-

أ- يكون للكلمات والعبارات التالية حيثما وردت في هذا القانون المعاني المخصصة لها أدناه ما لم تدل القرينة على غير ذلك :-
الوزارة : وزارة السياحة والآثار.
الوزير : وزير السياحة والآثار.
المجلس : المجلس الوطني للسياحة المشكل بمقتضى احكام هذا القانون.
الامين العام : امين عام الوزارة.
اللجنة : لجنة السياحة المشكلة بمقتضى هذا القانون.
المواقع السياحية : المواقع والاراضي والابنية ومنتجعات المياه المعدنية التي يقرر مجلس الوزراء بناء على تنسيب الوزير انها من تلك المواقع ويعلن عنها في الجريدة الرسمية.

ب- لمقاصد هذا القانون تشمل المهن السياحية ما يلي :-

١- مكاتب وشركات السياحة والسفر.

٢- النقل السياحي المتخصص .

٣- المنشآت الفندقية والسياحية .

٤- خدمات ادلاء السياح .

٥- الحرف والصناعات التقليدية والشعبية والمتاجرة بها .

٦- المطاعم السياحية .

٧- شركات اقتسام الوقت (Time Share) .

٨- أي نشاط اخر يقرر المجلس انه من المهن السياحية ويعلن عنه في الجريدة الرسمية .

المادة٣- تعدل المادة (٣) من القانون الاصلي على النحو التالي :-

اولا :- بالغاء مطلعها والفقرة (أ) منها والاستعاضة عنهما بما يلي :-

المادة٣-

تهدف الوزارة بالتعاون مع القطاع الخاص وبالتنسيق مع الجهات الرسمية المختصة ذات العلاقة الى تشجيع السياحة وتطويرها وتنمية الموارد السياحية واستثمارها لزيادة مساهمتها في دعم الاقتصاد الوطني ونشر التفاهم بين الشعوب وتحقيقا لذلك تتولى المهام والصلاحيات التالية :-

أ-المحافظة على المواقع السياحية ، وتطوير هذه المواقع واستثمارها بصورة مباشرة و غير مباشرة ، بما في ذلك تنظيمها وادارتها والاشراف على تنفيذ البنى التحتية والانشاءات الاساسية فيها .

ثانيا :- باضافة الفقرتين (هـ) و (و) اليها واعادة ترقيم الفقرات (هـ) و (و) و (ز) و (ح) الواردة فيها لتصبح (ز) و (ح) و(ط) و (ي) على التوالي :-

هـ- عقد الاتفاقيات السياحية مع المنظمات والهيئات السياحية الاقليمية والدولية بموافقة مجلس الوزراء .

و- تنظيم الاستثمار ورعايته وتشجيعه في قطاع السياحة وفقا للسياسة العامة التي يضعها المجلس ·

المادة٤- يلغى نص المادة (٥) من القانون الاصلي ويستعاض عنه بمايلي:-

المادة٥-

أ- يؤلف مجلس يسمى (المجلس الوطني للسياحة) برئاسة الوزير وعضوية كل من :-

١- الامين العام نائبا للرئيس ·
٢- امين عام وزارة الداخلية ·
٣- امين عام وزارة المالية ·
٤- امين عام وزارة التخطيط ·
٥- امين عام وزارة البيئة ·
٦- امين عام وزارة الاوقاف والشؤون والمقدسات الاسلامية ·
٧- مدير عام مؤسسة تشجيع الاستثمار ·
٨- مدير عام دائرة الاثار العامة ·
٩- مدير عام سلطة اقليم البتراء ·
١٠- احد مفوضي سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة يسميه رئيس مجلس المفوضين ·
١١- مدير عام هيئة تنشيط السياحة ·
١٢- الرئيس التنفيذي للملكية الاردنية ·
١٣- ستة اعضاء من ذوي الكفاءة والخبرة من القطاع الخاص ، يتم تعيينهم بقرار من الوزير لمدة سنتين على ان يراعى في ذلك تمثيل المهن السياحية المختلفة ، ويجوز تغيير أي منهم وتعيين بديل له لـلمدة المتبقية من عضويته ·

ب- يجتمع المجلس بدعوة من الرئيس مرة على الاقل كل شهرين او كلما دعت الحاجة لذلك ويكون اجتماعه قانونيا بحضور اكثرية الاعضاء بما فيهم الرئيس او نائبه ، ويتخذ قراراتــه بالاجماع او بأكثرية اعضائه الحاضرين على ان لا يتقاضى اعضاء المجلس أي مكافآت مالية ·

ج- يعين الوزير من بين موظفي الوزارة امين سر للمجلس يتولى تنظيم اجتماعاته واعداد جدول اعماله وتدوين قراراته ومتابعة تنفيذها ٠

المادة٥- يلغى نص المادة (٦) من القانون الاصلي ويستعاض عنه بمايلي:-

المادة٦-

يتولى المجلس المهام والصلاحيات التالية :-

أ- وضع السياسة العامة للسياحة في المملكة واقرار الخطط والبرامج اللازمة لتنفيذها وبصورة خاصة لتطوير المواقع السياحيـة ٠

ب- الاسهام في وضع سياسات التعليم والتدريب والتأهيل السياحي وكيفية انشاء المراكز الخاصة وادارتها وذلك بالتنسيق مع الجهسات الرسميـة ذات العلاقة بمقتضى تشريعاتها الخاصة ٠

ج- التوصية بتحديد المواقع السياحية في المملكة ٠

د- اقتراح مشروعات القوانين والانظمة المتعلقة بالسياحة ٠

هـ- وضع اسس ترخيص وتصنيف المهن السياحية ٠

و- وضع اسس تحديد اسعار الخدمات السياحية ٠

ز- اي امور اخرى ذات علاقة بالسياحة يقرر الوزير عرضها عليه ٠

المادة٦- يلغى نص الفقرة (أ) من المادة (٧) من القانون الاصلي ويستعاض عنه بما يلي :-

أ- تشكل لجنة تسمى (لجنة السياحة) برئاسة الامين العام وعضوية كل من :-

١- مندوب عن وزارة الداخلية ٠

٢- مندوب عن وزارة الصحة ٠

٣- مندوب عن وزارة الشؤون البلدية ٠

٤- مندوب عن امانة عمان الكبرى ٠

٥- احد موظفي الوزارة يعينه الوزير عضوا ومقررا ويعين كل من اعضاء اللجنة المنصوص عليهم في البنود من (١-٥) بقرار من الوزير المختص من موظفي الفئة الاولى في وزارته ٠

٦- خمسة اشخاص من ذوي الخبرة في المهن السياحية يعينهم الوزير لمدة سنتين ويجوز تغيير أي منهم وتعيين بديل له للمدة المتبقية من عضويته ٠

المادة٧- يلغى نص المادة (٨) من القانون الاصلي ويستعاض عنه بمايلي:-

المادة٨-

أ- تتولى اللجنة دراسة الامور المبينة ادناه ورفع التوصيات اللازمة بشأنها للوزير :-

١- ترخيص المهن السياحية وتصنيفها وتجديد ترخيصها وفقا للانظمة المعمول بها والتعليمات الصادرة من قبل الوزير ٠

٢- النظر في المخالفات المهنية التي يرتكبها اصحاب المهن السياحية وفي الشكاوى المقدمة بحقهم الى الوزارة والتحقق من هذه الشكاوى والمخالفات واقتراح الاجراءات والقرارات الواجب اتخاذها بحقهم ٠

٣- أي امور اخرى ذات علاقة بالسياحة يعرضها الوزير عليها ٠

ب- لرئيس اللجنة ، اذا اقتضت المصلحة ذلك ، تشكيل لجان فرعية متخصصة لدراسة امور يحددها وتقديم التوصيات بشأنها الى اللجنة ٠

المادة٨- يلغى نص المادة (١١) من القانون الاصلي ويستعاض عنه بما يلي :-

المادة١١-

للوزير بناء على تنسيب اللجنة :-

أ- انذار مالك المهنة السياحية او ممارسها لازالة أي مخالفة ارتكبها ، وذلك خلال المدة التي يحددها الوزير ، واذا لم يقم أي منهم بازالة المخالفة خلال المدة المحددة له في الانذار ، فللوزير اتخاذ أي من الاجراءات المبينة ادناه على التوالي :-

١- اغلاق المحل الذي تمارس فيه المهنة السياحية او سحب ترخيص ممارسة تلك المهنة للمدة التي يراها مناسبة ٠

٢- الغاء الترخيص وشطبه نهائيا من سجلات الوزارة في حال استنفاد ما سبق ٠

٣- يراعى في كل ما سبق حجم المخالفة ٠

ب- اغلاق اي محل او مكتب تمارس فيه مهنة سياحية دون الحصول على ترخيص او عدم تجديده وفقا لاحكام هذا القانون والانظمة الصادرة بمقتضاه ·

ج- تسييل الكفالات البنكية التي يقدمها اصحاب المهن السياحية بحيث تقتطع منها المبالغ التي دفعها الافراد والسياح مقابل خدمة سياحية لم تقدم لهم او نتيجة لاخلالهم بالالتزامات المترتبة عليهم تجاه هؤلاء الافراد والسياح وعلى البنك الالتزام بالقرار الصادر عن الوزير بهذا الشأن ·

د- الغاء الترخيص لاي مهنة سياحية ورفض تجديده اذا ادين مالك تلك المهنة او ممارسها باي جناية او بجنحة مخلة بالاخلاق والآداب العامة والشرف ما لم يرد اليه اعتباره ·

المادة٩- تعدل الفقرة (ج) من المادة (١٢) من القانون الاصلي باضافة عبارة (والعرف السياحي ولائحة الآداب والسلوك الخاص بكل منها) الى اخرها ·

المادة١٠- يلغى نص المادة (١٣) من القانون الاصلي ويستعاض عنه بمايلي :-

المادة١٣-

أ- تلتزم شركات الادارة الفندقية المحلية والاجنبية عند تنفيذ احكام الاتفاقيات والعقود المبرمة فيما بينها بما يلي :-

١- تزويد الوزارة بنسخ من هذه الاتفاقيات والعقود ·

٢- تدريب القوى البشرية الاردنية على مختلف المستويات الادارية والفندقية والسياحية وتزويد الوزارة ببرامج التدريب السنوية ·

٣- تنفيذ برامج تسويقية وترويجية سياحية للمملكة بادراج المبالغ المخصصة لهذه الاغراض في موازنتها السنوية وانفاقها لهذه الغاية وذلك بالتعاون والتنسيق مع الوزارة وهيئة تنشيط السياحة الاردنية ·

ب- لا يجوز تنزيل نفقات التسويق والترويج والتدريب من الدخل الخاضع للضريبة الا بمصادقة من الوزير على انها انفقت لهذه الاغراض ·

المادة١١- تعدل المادة (١٤) من القانون الاصلي باضافة الفقرة (ز) بالنص التالي اليها :-

ز- لمجلس الوزراء بناء على تنسيب الوزير انشاء ادارات او هيئات للمواقع والمرافق السياحية ذات موازنات وهياكل ادارية محددة تهدف الى تطوير واستثمار هذه المواقع والمرافق وادامتها ، على ان تحدد مهامها وسائر الامور المتعلقة بها بموجب نظام يصدر لهذه الغاية ٠

المادة١٢- تعدل المادة (١٥) من القانون الاصلي بالغاء مطلع الفقرة (أ) منها والاستعاضة عنه بما يلي :-

أ- يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ستة اشهر ولا تزيد على سنة او بغرامة لا تقل عن ثلاثة الاف دينار ولا تزيد على عشرة الاف دينار او بكلتا هاتين العقوبتين كل من :-

٢٠٠٤/٢/١٧

عبدالله الثاني ابن الحسين

وزيـــــــر
الخارجيـــــة
الدكتور مروان المعشر

نائب رئيس الوزراء
ووزيـر الصناعة والتجارة
الدكتور محمد الحلايقة

رئيس الوزراء
ووزير الدفاع
فيصل عاكف الفايز

وزير التخطيط
والتعاون الدولي
الدكتور باسم عوض الله

وزير الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات
ووزير التنمية الإدارية
الدكتور فواز حاتم الزعبي

وزير التنمية السياسية
والشؤون البرلمانية
محمد داوديـة

وزير الأوقاف والشؤون
والمقدسات الإسلامية
الدكتور احمد هليل

وزيـــــــر
التربية والتعليم
الدكتور خالد طوقان

وزيـــــــر
الداخليـــة
المهندس سمير الحباشنة

وزير العدل ووزير دولة لشؤون
رئاسة الوزراء
الدكتور صلاح الدين البشير

وزير البيئـة
ووزير السياحة والآثار
الدكتورة علياء حاتوغ بوران

وزيـــــر
العمـــل
امجد المجالي

وزيـــــر
الماليـــة
الدكتور محمد أبو حمور

وزير المياه والري
ووزير الزراعة
الدكتور حازم الناصر

وزير التعليم العالي
والبحث العلمي
الدكتور عصام زعبلاوي

وزير الأشغال العامة والاسكان
ووزيـر النقـل
المهندس رائد ابو السعود

وزيـــــر
التنمية الاجتماعية
رياض ابو كركي

وزيـر الطاقـة
والثروة المعدنية
المهندس عزمي خريسات

وزيـــــر
الصحـــة
المهندس سعيد دروزه

وزير دولة/ الناطق
الرسمي باسم الحكومة
اسمى خضر

وزيـــر
الشؤون البلديـة
الدكتورة أمل حمد الفرحان

ملحق رقم (4)

نظام المنشات الفندقية والسياحية رقم 7 لسنة 1997

المادة 1

يسمى هذا النظام (نظام المنشآت الفندقية والسياحية لسنة 1997) ويعمل بـه من تـاريخ نـشره في الجريـدة الرسمية.

المادة 2

يكون للكلمات التالية حيثما وردت في هذا النظام المعاني المخصصة لها أدناه ما لم تدل القرينة على غير ذلك:

الوزارة : وزارة السياحة والآثار.

الوزير : وزير السياحة والآثار.

اللجنة : لجنة السياحة المشكلة بمقتضى قانون السياحة المعمول به.

المادة 3

للغايات المقصودة من هذا النظام تشمل عبارة (المنشاة الفندقية) ، الفندق ، المنتجع السياحي ، الشقق الفندقية ، النزل ، الموتيل ، المخيم السياحي ، الفنادق العائمة ، والتي تقدم خدمات فندقيـة أو أي جـزء منهـا وأي منـشآت أخرى يقرر الوزير أنها تعتبر من المنشآت الفندقية لغايات هذا النظام .

المادة 4

أ . يتم ترخيص المنشاة الفندقية بطلب يقدم إلى الوزارة ويشترط في طالب الترخيص أن يقدم سند تسجيل أو عقد أيجار للبناء القائم أو المنوي إنشاؤه وتقديم مخططات بناء موافق عليها حسب الأصول من الجهات المعنية لاعتمادها من قبل الوزارة.

ب . يصدر الوزير بناء على تنسيب اللجنة موافقة مشروطة مدتها سنتان لتمكين طالب الترخيص من توفير الشروط والمتطلبات اللازمة على أن يباشر في البناء أو التجهيز خلال مدة أقصاها سنتان وللوزير تمديد هذه الموافقة لمدة مماثلة .

المادة 5

أ . تصنف الفنادق والمنتجعات في إحدى الفئات التالية :

خمسة نجوم – أربعة نجوم – ثلاثة نجوم – نجمتان– نجمة واحدة – غير سياحي

ب . تصنف الشقق الفندقية ، النزل ، الموتيل ، المخيم السياحي ، وأية منشاة فندقية أخرى في إحدى الفئات التالية: فئة (أ) – فئة (ب) – فئة (ج)

المادة 6

أ . يوجه الوزير إشعارا خطيا إلى صاحب المنشاة يبلغه فيه قرار التصنيف وله أن يعترض خلال مدة (15) يوما على هذا القرار.

ب. تمنح الرخصة للمنشاة الفندقية بقرار من الوزير بناء على تنسيب اللجنة.

المادة 7

أ - تستوفى الرسوم السنوية والبدلات التالية عند إصدار الرخصة أو تجديدها :

1 . (500) دينار رسم ترخيص فندق (من فئة) خمسة نجوم

2 . (400) دينار رسم ترخيص فندق (من فئة) أربعة نجوم

3 . (300) دينار رسم ترخيص فندق (من فئة) ثلاثة نجوم

4 . (200) دينار رسم ترخيص فندق (من فئة) نجمتين

5 . (100) دينار رسم ترخيص فندق (من فئة) نجمة واحدة

6 . (50) دينارا رسم ترخيص فندق غير سياحي

7 . رسم ترخيص النزل والموتيل والشقق الفندقية والمخيم السياحي حسب ما يلي :

- 300 دينار فئة (ا)

- 200 دينار فئة (ب)

- 100 دينار فئة (ج)

8 . (20) دينارا بدل فاقد أو تالف أو تعديل بيانات الرخصة.

ب . يعتبر الجزء من السنة سنة كاملة لغايات استيفاء الرسوم السنوية عند الترخيص لأول مرة .

المادة 8

تجدد الرخصة حتى نهاية شهر شباط من كل سنة وفي حالة التخلف عن ذلك يدفع مبلغا إضافيا مقداره (5٪) من رسم الترخيص عن كل شهر أو الجزء منها يستمر فيه التأخير عن تجديد الرخصة.

المادة 9

تلتزم إدارة المنشاة الفندقية القيام بما يلي:

أ . أن تخضع لإدارة موحدة جميع مرافقها وتوابعها .

ب . أن تضع لافتة تحمل اسمها باللغتين العربية والانجليزية وتظهر فيها فئة تصنيفها .

ج . أن تعلق الرخصة في مكان ظاهر للعيان .

د . أن تعلن في جميع صالات الطعام والاستقبال وقاعات الجلوس والغرف الأسعار التي تتقاضاها عن أي خدمة أو وجبة طعام وذلك باللغتين العربية والانجليزية وأن تتقيد بها.

هـ. تزويد كل زبون بفاتورة وإيصال مختوم بخاتم الفندق مؤرخا وموقعا من المسؤول وتدرج فيه بنود الخدمة التي قدمت له وثمن كل منها.

و . الامتناع عن تقديم المشروبات الروحية لمن يقل عمره عن 18 سنة .

ز . مراعاة أحكام قانون الصحة العامة والأنظمة الصادرة بمقتضاه وعدم استخدام أي شخص في تجهيز الطعام أو الشراب و تقديمه إلا بعد حصوله على شهادة طبية تثبت خلوه من الأمراض وفقا للتشريعات المعمول بها.

ح . توفير وسائل السلامة العامة ومتطلبات الوقاية والعمل على إبقائها جاهزة للاستعمال والمحافظة عليها وفقا لمتطلبات الدفاع المدني.

ط. توفير صندوق لحفظ الأمانات للنزلاء وأن يعلن عن ذلك في صالة الاستقبال باللغتين العربية والانجليزية .

ي. إلزام العاملين فيها بارتداء الزي الخاص كل حسب طبيعة عمله .

ك. أن لا تعدل أو تجرى أي تغيير في مرافقها وإنشاءاتها إلا بموافقة الوزير المسبقة .

ل. تزويد الوزارة بجميع المعلومات والإحصاءات التي تطلبها .

م. تزويد الوزارة ببرامج التدريب الإدارية والفندقية والسياحية وبرامج التسويق والترويج السياحي وتفصيلات تنفيذها.

المادة 10

للوزير بناء على تنسيب اللجنة أن يقرر الموافقة على تقديم المشروبات الروحية واستخدام الفرق الفنية والموسيقية في المنشآت الفندقية .

المادة 11

أ . للوزير أو من ينيبه خطيا إجراء المراقبة والتفتيش على المنشاة الفندقية للتأكد من التزامها بأحكام القانون وهذا النظام والتعليمات الصادرة بمقتضاه .

ب. إذا ثبت أن مستوى المنشاة الفندقية لا يتناسب مع درجة تصنيفها وجب على اللجنة إعادة النظر في هذا التصنيف وذلك بعد إنذارها ومنحها المهلة التي يقررها الوزير .

ج. للوزير أن يأمر بتغيير اسم المنشاة الفندقية والسياحية إذا تبين أن الاسم القائم قد يسبب التغرير.

المادة 12

لا يجوز للمنشاة الفندقية تنفيذ برامج الرحلات السياحية داخل المملكة إلا من خلال مكتب سياحة مرخص وفقا لأحكام نظام مكاتب السياحة والسفر المعمول به.

المادة 13

للوزير بناء على تنسيب اللجنة إصدار التعليمات اللازمة لتنفيذ أحكام هذا النظام بما في ذلك :

أ . حسن انتظام العمل في المؤسسة الفندقية والمحافظة على أخلاقيات المهنة وآداب ممارستها وتنسيق علاقاتها مع بعضها ومع المهن السياحية الأخرى.

ب. وضع الشروط الخاصة بالمواصفات للمنشاة الفندقية والمرافق الواجب توافرها فيها والخدمات التي تقدمها والمحافظة على مستوى هذه الخدمات .

المادة 14

كل من يخالف أحكام هذا النظام والتعليمات الصادرة بمقتضاه يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في قانون السياحة المعمول به.

المادة 15

يلغى نظام (المؤسسات الفندقية) رقم (49) لسنة **1966** وتعديلاته.

ملحق رقم (5)

نظام مكاتب وشركات السياحة والسفر رقم 11 لسنة 2005

المادة 1

يسمى هذا النظام (نظام مكاتب وشركات السياحة والسفر لسنة 2005) ويعمل به من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

المادة 2

يكون للكلمات التالية حيثما وردت في هذا النظام المعاني المخصصة لها أدناه ما لم تدل القرينة على غير ذلك:

الوزارة : وزارة السياحة والآثار.

الوزير : وزير السياحة والآثار.

اللجنة : لجنة السياحة المشكلة بمقتضى قانون السياحة المعمول به.

المكتب : المؤسسة أو شركة السياحة والسفر.

المادة 3

تصنف المكاتب إلى الفئات التالية:

مكتب الفئة (أ) : ويقوم بتنظيم وتسيير الرحلات الوافدة والصادرة وتنظيم الرحلات الداخلية .

مكتب الفئة (ب) : ويقوم باستقبال وتنظيم وتسيير الرحلات الوافدة داخل المملكة .

مكتب الفئة (ج): ويقوم بتنظيم برامج الرحلات الصادرة وبيع برامج الرحلات الصادرة المنظمة من قبل مكاتب الفئة (أ).

المادة 4

أ . يتولى المكتب القيام بأي من الخدمات التالية:

1. بيع تذاكر السفر بأنواعها المختلفة أو تبديلها وتامين التذاكر للسياح والمسافرين بالتعاون مع مؤسسات وشركات النقل .
2. إجراء الحجز في الفنادق داخل المملكة وخارجها .
3. العمل مع مكاتب تأجير السيارات السياحية وشركات النقل السياحي المتخصص لتامين هذه الخدمة للسياح والمسافرين مقابل قسيمة تبادل.
4. بيع التذاكر للمهرجانات والنشاطات السياحية داخل المملكة.

5. قبول النقد الأجنبي من السياح والمسافرين لقاء الخدمات السياحية المقدمة لهم وفقا للقوانين والأنظمة المعمول بها.

6. تامين التأشيرات للسياح والمسافرين .

7. تامين السياح والمسافرين وأمتعتهم لدى شركات التامين العاملة في المملكة وفقا للقوانين والأنظمة المعمول بها.

8. أي نشاط آخر يقرره الوزير بناء على تنسيب اللجنة .

ب. بالإضافة إلى الخدمات الواردة في الفقرة (أ) من هذه المادة :

1. يتولى مكتب الفئة (أ) تنظيم رحلات سياحية بشكل فردي أو جماعي داخل المملكة أو خارجها .

2. يتولى مكتب الفئة (ب) استقبال السياحة الوافدة وتنظيم رحلات سياحية بشكل فردي أو جماعي داخل المملكة وتقديم المعلومات والنشرات السياحية عن المملكة، والسير في المعاملات الرسمية لاستقبال ومغادرة السياح المملكة .

3. يتولى مكتب الفئة (ج) تنظيم برامج الرحلات إلى الخارج وبيع برامج الرحلات المنظمة من قبل مكاتب الفئة (أ) وتزويد المسافرين بالمعلومات الكافية والخرائط اللازمة لبلد المقصد.

المادة 5

يشترط لترخيص المكتب ما يلي :

أ . أن يكون طالب الترخيص أردني الجنسية .

ب. أن لا يقل رأس المال المسجل لطالب الترخيص عن خمسين ألف دينار.

ج. أن يقدم طالب الترخيص، ووفقا للنص الذي تعتمده الوزارة كفالة بنكية سنوية باسم الوزير بالإضافة لوظيفته على النحو التالي :

1. خمسة وعشرون ألف دينار إذا كأن المكتب من الفئة (ب).

2. خمسة وسبعون ألف دينار إذا كأن المكتب من الفئة (ج).

3. مائة ألف دينار إذا كأن المكتب من الفئة (أ).

د. أن يكون طالب الترخيص حسن السيرة والسلوك وغير محكوم بجناية أو جنحة مخلة بالشرف.

هـ أن يرفق بالطلب اسم مدير المكتب.

المادة 6

أ . يشترط في المكتب أن يكون له مدير متفرغ وأن يكون حاصلا على شهادة تثبت اجتيازه للامتحان المقرر بمقتضى أحكام هذا النظام بالإضافة إلى ما يلي:

1. أن يكون أردني الجنسية وحسن السيرة والسلوك وغير محكوم عليه بجناية أو جنحة مخلة بالشرف.

2. أن تتوفر لديه خبرة في مجال السياحة والسفر لا تقل مدتها عما يلي:
- سنتين إذا كأن حاصلا على الشهادة الجامعة الأولى في التخصص السياحي .
- أربع سنوات إذا كأن حاصلا على الشهادة الجامعية الأولى في التخصصات الأخرى .
- أربع سنوات إذا كأن حاصلا على دبلوم كلية المجتمع في التخصص السياحي .
- ست سنوات إذا كأن حاصلا على دبلوم كلية المجتمع في التخصصات الأخرى .
- ثماني سنوات إذا كأن حاصلا على شهادة الدراسة الثانوية العامة .
3. أن يجيد لغة أجنبية أو أكثر .
4. أن يوقع عقد عمل مع المكتب لمدة سنة على الأقل .

ب. إذا شغرت وظيفة مدير المكتب لأي سبب كأن يتوجب على المكتب تعيين مدير متفرغ بدلا منه خلال مدة لا تزيد على ثلاثة أشهر من تاريخ الشعور وإعلام الوزارة بذلك.

المادة 7

أ . تتولى الوزارة تنظيم امتحانات للمديرين وفقا للتعليمات الصادرة عن الوزير لهذه الغاية ويتم إصدار بطاقة لكل مدير يجتاز تلك الامتحانات.

ب. 1. على المدير تزويد الوزارة ببراءة ذمة من المكتب الذي انتهى فيه عمله، وبخلاف ذلك يمنع من ممارسة أعماله لدى أي مكتب آخر لحين إحضار هذه البراءة.

2. يستثنى من أحكام البند (1) من هذه الفقرة الحالات التي يقرر فيها الوزير بناء على تنسيب اللجنة أن هناك سببا مانعا من إحضار براءة الذمة.

المادة 8

يجب أن تتوافر في مقر المكتب ما يلي:

أ . سند ملكية أو عقد أيجار ساري المفعول وأن تكون الغاية من استعمال العقار للسياحة أو السفر.

ب. أن يكون المكتب لائقا ومساحته لا تقل عن (45) مترا وتتوافر فيه متطلبات الوقاية والسلامة العامة وأن يحتوي على دورة مياه وتستثنى المكاتب المرخصة قبل سريان أحكام هذا النظام والمكاتب التي تنشا في الفنادق أو مراكز التسوق التجارية من هذه الشروط والمتطلبات.

ج. أن يعلن عن اسم المكتب بلافتة باللغتين العربية والانجليزية على مدخله ومدخل المبنى الذي يقع فيه.

المادة 9

أ . يصدر الوزير بناء على تنسيب اللجنة لطالب الترخيص موافقة مبدئية مدتها ثلاثون يوما قابلة للتجديد لمدة مماثلة ولمر واحدة ليتمكن من استكمال الشروط والمتطلبات اللازمة للحصول على الرخصة وفقا لأحكام هذا النظام.

ب. إذا قام طالب الترخيص بتوفير الشروط المطلوبة منه ضمن المدة المبينة في الفقرة (أ) من هذه المادة فأن الموافقة تعتبر سارية المفعول منذ تاريخ صدورها وبخلاف ذلك فأن الموافقة المبدئية تعتبر ملغاة حكما بانتهاء تلك المدة.

المادة 10

أ . يقدم طلب تجديد الرخصة خلال شهر كانون الثاني من كل سنة.

ب. إذا لم يتم تجديد الرخصة ضمن المدة المحددة في الفقرة (أ) من هذه المادة يستوفى من المرخص له مبلغ إضافي نسبته خمسون بالمائة من رسوم الترخيص ويحظر عليه ممارسة المهنة في حالة عدم التجديد في مدة لا تتجاوز نهاية شهر شباط من كل سنة.

ج. تعتبر الرخصة ملغاة حكما في حالة عدم التجديد في مدة أقصاها نهاية شهر آذار من السنة نفسها.

المادة 11

أ . يستوفى عن إصدار الرخصة وتجديدها الرسوم التالية :

	الفئة	إصدار الرخصة	تجديدها
1.	أ	1000 دينار	500 دينار
2.	ب	500 دينار	150 دينارا
3.	ج	700 دينار	200 دينارا

ب. يستوفى عند إصدار الرخصة عن كل فرع مكتب ولمرة واحدة الرسوم التالية:

الفئة	الرسم
أ	250 دينار
ب	100 دينار
ج	150 دينارا

ج. يعتبر الجزء من السنة سنة كاملة لغايات استيفاء الرسوم السنوية عند الترخيص لأول مرة .

المادة 12

يلتزم المكتب بما يلي :

أ . أن يستخدم ما لا يقل عن سبعة أشخاص من الأردنيين بمن فيهم المدير إذا كأن المكتب من الفئة (أ) وخمسة أشخاص بمن فيهم المدير إذا كأن المكتب من الفئة (ب) أو الفئة (ج) على أن يكون اثنان على الأقل من بين العاملين في مجال المبيعات والتسويق قد اجتازا دورات تدريبية في مجال اختصاصهما ويجيدان لغة أجنبية واحدة على الأقل.

ب. أن يكون الموظف أو المستخدم في المكتب حسن السيرة والسلوك وغير محكوم عليه بجناية أو جنحة مخلة بالشرف.

ج. أن يبلغ الوزارة قبل خمسة عشر يوما على الأقل من بدء تنفيذ برامج الرحلات السياحية التي ينظمها مع التعهد بالالتزام بها تحت طائلة مصادرة الكفالة المنصوص عليها في هذا النظام أو أي جزء منها وإلزامه بأي مطالبات تنشا عن مخالفته لتلك البرامج، وعلى أن يتضمن البرنامج ما يلي:

1. تاريخ ابتداء الرحلة والمناطق المشمولة بها .
2. وسيلة النقل المعدة للسائحين وأماكن الانطلاق والعودة ومواعيدها.
3. أسماء المنشات الفندقية ودرجات تصنفيها.
4. الخدمات المشمولة في الرحلة وأسعارها بالتفصيل .
5. شروط الحجز وشروط إلغاء الرحلة.
6. نموذج العقد الخطي بين المكتب والمسافرين .

د. يشترط في الإعلان عن برامج الرحلات السياحية المنشورة في الصحف المحلية شموله بأحكام البنود الواردة في الفقرة (ج) من هذه المادة باستثناء البند (6) منها.

المادة 13

يلتزم المكتب والموظفون والمستخدمون لديه بالمحافظة على آداب المهنة وأخلاقياتها وعدم القيام بأي عمل يتنافى مع طبيعة المهنة والتقيد بالتعليمات الصادرة عن الوزارة فيما يتعلق بالتعامل مع الآخرين بما في ذلك ما يلي :

أ . الاحتفاظ بالقيود والسجلات والسندات اللازمة لتنظيم أعماله.

ب. تزويد الوزارة بأي معلومات تتعلق بالمكتب بما في ذلك بيان يتضمن تفصيلا وافيا عن الرحلات الفردية والجماعية التي يتولى المكتب تنظيمها .

ج. عدم إصدار أي نشرة أو برنامج أو دليل أو خارطة أو صورة أو أي مطبوعة تتصل بالدعاية السياحية أو توزيعها أو عرضها إلا بعد إجازتها من الوزارة.

د. عدم إجراء أي تعديل في الاسم التجاري للمكتب أو في ملكيته أو في أي عمل آخر يتعلق بأعمال المكتب وموظفيه وموقعه قبل تبليغ الوزارة عن ذلك .

هـ. الاحتفاظ بحسابات أصولية وقانونية وبنسخ من البيانات الإحصائية عن إنتاجية المكتب.

المادة 14

للمكتب فتح فروع له في المملكة ويكون مسؤولا عن أعمالها وذلك وفقا للشروط التالية :

أ . أن يكون للفرع مدير متفرغ وفقا لأحكام هذا النظام إذا كأن في مدينة أخرى ويستثنى من ذلك فرع مكتب الفئة (ب).

ب. أن تتوافر في الفرع المتطلبات الأساسية التي تمكنه من القيام بأعماله وذلك وفقا للتعليمات التي يحددها الوزير لهذه الغاية.

المادة 15

أ . 1. عند إغلاق أي مكتب لأي سبب من الأسباب فعليه وعلى نفقته الخاصة الإعلان في صحيفة يومية محلية على الأقل لمرة واحدة عن ذلك ووفقا للنموذج الذي تعده الوزارة.

2. يشمل الإعلان المشار إليه في البند (1) من هذه الفقرة دعوى أصحاب المصلحة بمراجعة الوزارة بشأن أي ادعاء أو مطالبة لهم على المكتب وذلك خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر الإعلان.

ب. في حال عدم قيام المكتب بالإعلان وفقا لأحكام الفقرة (أ) من هذه المادة تتولى الوزارة بعد إغلاق المقر القيام بهذا الإعلان على أن تقتطع كلفته من كفالة المكتب.

المادة 16

للموظف المفوض من الوزير إجراء المراقبة والتفتيش على أي مكتب للتأكد من التزامه بأحكام هذا النظام والتعليمات الصادرة بمقتضاه وفي حال وجود أي مخالفة فيترتب عليه تنظيم ضبط بذلك.

المادة 17

تعتبر المكاتب المرخصة قبل صدور هذا النظام وكأنها مرخصة بمقتضاه على أن يتم توفيق أوضاعها خلال مدة لا تتجاوز ثلاثة أشهر من تاريخ نفاذ أحكام هذا النظام من حيث التصنيف والكفالات وعدد الموظفين والمستخدمين ولا تستوفى أي غرامة عند تنفيذ أحكام هذه المادة .

المادة 18

كل من يخالف أحكام هذا النظام يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في قانون السياحة المعمول به.

المادة 19

للوزير بناء على تنسيب اللجنة إصدار التعليمات اللازمة لتنفيذ أحكام هذا النظام .

المادة 20

يلغى نظام مكاتب السياحة والسفر رقم (14) لسنة 1996 وتعديلاته وتبقى التعليمات الصادرة بمقتضاه سارية المفعول إلى أن تعدل أو يستبدل غيرها بها وفقا لأحكام هذا النظام.

المراجع

قائمة المراجع

أولا: المراجع العربية:

أبو رباح، عبد الرحمن. 1975م. *المنظمات السياحية*. منشورات الاتحاد العربي للسياحة (17).

أبو صبحة، كايد، وبرهم، نسيم.1988م. *بعض العوامل المؤثرة في السياحة الداخلية والتنزه في الأردن*. دراسات، المجلد الخامس عشر، العدد الثاني: 274-302.

ارحيل، حابس. 1981م. جغرافية السياحة في الأردن. رسالة ماجستير، جامعة الإسكندرية. الإسكندرية. مصر.

بركات، غالب. 1996م. *التحولات الاقتصادية والاجتماعية في قطاع السياحة بعد اتفاقيات السلام*. مؤتمر الاقتصاد الرابع- الآثار الاقتصادية والاجتماعية لعملية السلام في الشرق الأوسط . جامعة اليرموك، اربد، الأردن، 13-15 أيار.

بكري، كامل. 1986م. *مبادئ الاقتصاد*. الدار الجامعية، بيروت.

بلتاجي، عقل. 2000م. *إستراتيجية السياحة الأردنية على أبواب القرن الـ(21) (حلقة نقاش)*. المنبر الأردني للتنمية الاقتصادية. مركز الأردن الجديد للدراسات. تعقيب: نسرين بركات. دار سندباد للنشر، عمان.

البنا، محمد. 1998م. *اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ*. (دار النشر غير معروفة). (مدينة النشر غير معروفة).

البنك المركزي الأردني / التقرير السنوي الثاني والأربعون / دائرة الأبحاث / 2005م.

بيانات إحصائية سنوية / البنك المركزي الأردني / دائرة الأبحاث / عدد خاص 2004م.

بيانات إحصائية سنوية/ البنك المركزي الأردني/ دائرة الأبحاث والدراسات/ عدد خاص 1994م.

توفيق، ماهر عبد العزيز. 1997م. *صناعة السياحة*. دار زهران للنشر والتوزيع، عمان.

الجالودي، جميل. 1996م. *أثر السلام في الاقتصاد السياحي الأردني*. مؤتمر الاقتصاد الرابع- الآثار الاقتصادية والاجتماعية لعملية السلام في الشرق الأوسط . جامعة اليرموك، اربد، الأردن، 13-15 أيسار.

الجلاد، أحمد. (أ) 2000م. *جغرافية سياحية- جغرافية تطبيقية*. عالم الكتب، القاهرة.

الجلاد، أحمد. (ب) 2000م. *التنمية السياحية المتواصلة*. عالم الكتب، القاهرة.

الجلاد، أحمد. 2002م. *السياحة المتواصلة البيئية*. عالم الكتب، القاهرة.

الحاج ذيب، فيصل محمد. 1990م. *التسويق السياحي في الأردن (السياحة الوافدة: واقع وتطوير)*. رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

الحميدي، أبو بكر عمر. 1968م. *إدارة الفنادق*. الجزء الأول في السياحة والفنادق. مطبعة نحال.(مدينة النشر غير معروفة).

الحوري، مثنى، والدباغ، إسماعيل. 2001م. *مبادئ السفر والسياحة*. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع. عمان.

خصاونة، عبد الكريم. 1998م. *السياحة والمجتمع المحلي في مدينة جرش*. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، اربد، الأردن.

الخضيري ، محسن أحمد. 1989م. *التسويق السياحي- مدخل اقتصادي متكامل*. مكتبة مدبولي. (مدينة النشر غير معروفة).

دعبس، يسرى. 2003م. *صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق " دراسات وبحوث في انثروبولوجيا السياحة"* . سلسلة الدراسات السياحية والمتحفية (12). الملتقى المصري للإبداع والتنمية. البيطاش سنتر للنشر والتوزيع. الإسكندرية.

الرحيمي، سالم.1997م. *دور مكاتب السياحة والسفر في ترويج الخدمة السياحية في الأردن*. رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن.

الرفاعي، هالة عبد الرحمن.1993م. *التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي " دراسة في انثروبولوجيا السياحة"* . (دار النشر غير معروفة). (مدينة النشر غير معروفة).

الروبي، نبيل. 1987م. *التخطيط السياحي*. مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية.

الروبي، نبيل. 1990م. *نظرية السياحة*. مجموعة الدراسات السياحية (1). مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية.

الزوكة، محمد خميس. 1999م. *صناعة السياحة من المنظور الجغرافي*. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.

السكر، مروان محسن. 1999م. *مختارات من الاقتصاد السياحي*. سلسلة الاقتصاد السياحي- الجزء الخامس. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.

السكر، مروان محسن. 1996م. *الخدمات السياحية*. سلسلة الاقتصاد السياحي- الجزء الثالث. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.

سلوم، ديمة. 1998م. *القطاع السياحي في الأردن – دراسة استطلاعية من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار*. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، اربد، الأردن.

سمارة، فؤاد رشيد. 2001م. *تسويق الخدمات السياحية*. دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان.

سماوي، حابس. 1990م. *واقع الحركة السياحية في البتراء / الأردن: خصائصها و مشكلاتها واتجاهاتها*. دراسات، المجلد السابع عشر(أ)، العدد الأول: 55-84.

سماوي، حابس. 1994م. *السياحة والتنزه في محافظة البلقاء/ الأردن: خصائصها واتجاهاتها*. دراسات، مجلد(21)، العدد (6).

سماوي، حابس. 1994م. *السياحة والاستجمام في الأردن*. منشورات لجنة تاريخ الأردن؛41. سلسلة الكتاب الأم في تاريخ الأردن؛ 28، عمان.

سماوي، حابس. 2001م. *اتجاهات الحركة السياحية وأنماطها في منطقة العقبة*. دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد(28)، العدد(2):502-526.

سوسان، خالد. 1996م. *القيمة المضافة والمضاعف لقطاع السياحة في الأردن*. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك ، اربد، الأردن.

السيسي، ماهر. 2001م. *مبادئ السياحة*. مجموعة النيل العربية، القاهرة.

الشناق، محمد. 1996م. *البعد الاجتماعي للسياحة في شمال الأردن*. ندوة السياحة في شمال الأردن- واقع وطموحات. جامعة اربد الأهلية، اربد، الأردن، 11- 12 أيار.

شناق، محمد، والعتوم، عدنان. 2000م. *موقف المجتمع المحلي نحو السياحة: حالة أم قيس*. دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد(27)، عدد(2):290-303.

الصلاح، محمد أحمد. 2004م. *تطور قطاع السياحة والآثار في الأردن: 1921-1946*. دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد(31)، العدد(1):175-194.

الطائي، حميد عبد النبي. 2001م. *قياس مدى إدراك مديري التسويق والمبيعات لخصائص وسمات الخدمات السياحية والفندقية في الأردن: دراسة حالة مدينة عمان*. دراسات، العلوم الإدارية، المجلد(28)، العدد(2):345-364.

الطائي، حميد عبد النبي. 2004م. *التسويق السياحي (مدخل استراتيجي)*. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع. عمان.

الطويل، هاشم. 2003م. *اتجاهات المواطنين في وادي موسى نحو السياحة*. مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد الثامن عشر، العدد الثالث:79-97.

الظاهر، نعيم، وإلياس، سراب. 2001م. *مبادئ السياحة*. سلسلة السياحة والفندقة (1). دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. عمان.

العارضة، فوزي صادق، وزملاؤه. 1997م. *قطاع السياحة في الأردن- واقع وتطلعات: دراسة تحليلية ميدانية*. الجزء الأول، الجمعية العلمية الملكية، عمان.

عبد الحكيم، محمد صبحي، والديب، حمدي أحمد. 2001م. *جغرافية السياحة*. مكتبة الأنجلو المصرية. القاهرة.

عبد العظيم، حمدي. 1996م. *اقتصاديات السياحة- مدخل نظري وعملي متكامل*. مكتبة زهراء الشرق، القاهرة.

عبيدات، محمد.1995م. *تحليل اتجاهات ورغبات المستهلكين في فنادق الخمس نجوم في الأردن*. دراسات (العلوم الإنسانية)، المجلد(22) (أ)، العدد (4):1995-2028.

عثامنة، عبد الباسط. 1997م. *البعد الاقتصادي للتنمية السياحية في المملكة الأردنية الهاشمية*. ندوة الانثروبولوجيا والتنمية السياحية، معهد الآثار والانثروبولوجيا، جامعة اليرموك، اربد، الأردن، 23 – شباط.

كامل، محمود. 1975م. *السياحة الحديثة- علما وتطبيقا*. الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

الكتاني، مسعود مصطفى. 1990م. *علم السياحة والمتنزهات*. دار الحكمة للطباعة والنشر، الموصل.

لطيف، هدى سيد. (أ) 1994م. *الأجهزة والمنظمات السياحية*. الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.

لطيف، هدى سيد. (ب) 1994م. *السياحة- النظرية والتطبيق*. الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.

معلا، ناجي، والطائي، حميد. 2003م. *تقييم السياح العرب لجودة الخدمات الفندقية التي تقدمها الفنادق العاملة في الأردن (دراسة ميدانية تحليلية)*. دراسات، العلوم الإدارية، المجلد(30)، العدد(1):128-144.

مقابلة، خالد. 2002م. جودة *الخدمات في المطاعم الفندقية*. مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد السابع عشر، العدد السابع:263-286.

مقابلة، خالد. 2003م. *التنزه في الأردن: دراسة استطلاعية لزوار بعض المواقع السياحية في إقليم الشمال*. دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد(30)، العدد(2):358-373.

مقابلة، خالد ، والحاج ذيب، فيصل. 2000م. *صناعة السياحة في الأردن*. دار وائل للطباعة والنشر، عمان.

الناصر، مسعود موسى. 1999م. *الأبعاد والدوافع السياسية للسياحة: واقع وتطلع (دراسة نقدية تحليلية)*. دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد(26)، (ملحق):718-730.

النشرة الإحصائية الشهرية للبنك المركزي الأردني، دائرة الأبحاث. المجلد 42 ـ العدد 6 ـ حزيران 2006م.

النشرة الإحصائية الشهرية للبنك المركزي الأردني، دائرة الأبحاث. المجلد 41 ـ العدد 8 ـ أب 2005م.

النشرة الإحصائية الشهرية للبنك المركزي الأردني، دائرة الأبحاث. المجلد 40 ـ العدد 6 ـ حزيران 2004م.

النشرة الإحصائية الشهرية للبنك المركزي الأردني، دائرة الأبحاث والدراسات. المجلد 35 ـ العدد 9 ـ أيلول 1999م.

وزارة السياحة والآثار- النشرة الإحصائية السياحية- ربع السنوية. كانون ثاني ـ حزيران ـ المجلد الأول ـ العدد الأول- تشرين أول 2005م.

وزارة السياحة والآثار <u>www.mota.gov.jo.</u>

ثانيا: المراجع الأجنبية:

Ahmad, M.1991. *Egyptian Hospitality/ Tourism Students Perception of Tourism Awareness and Postsecondary Education Requirements*. The George Washington University, EDD Degree.

Andronicou, Antonios. 1997. *Tourism in Cyprus*. Tourism- Passport to Development, Published for the World Bank and UNESCO, Oxford University Press: 237-264.

El-Nader, H. and Al-Raimony, A. 2002. *Demand for Tourism: A Comparative Study (1970-1997)*. Abhath Al-Yarmouk "Humanities and Social Sciences Series". Yarmouk University, Irbid, Jordan. Vol.18. Issue. 4B: 167-197.

El-Nader, H. and Al-Raimony, A. 2006.*The Impact of Tourism in the Jordanian Economy*. Unpublished. Accepted for Publication in Abhath Al-Yarmouk "Humanities and Social Sciences Series". Yarmouk University, Irbid, Jordan.

Frater, Joel Uoyd.1996. *Residents Perceptions of the Impact of Tourism in Jamaica*. Temple University, EDD Degree.

Gamage, A. and King, B. 1999. *Comparing Migrant & non-Migrant Tourism Impacts*.26 (1/2/3). International Journal of Social Economics: 312-324.

Grage, P.1970. *International Travel, International Trade*. U.S.A. Regers University.

Huit, Group.1979.*The Social Cultural Effects of Tourism in Tunisia: A Case Study of Sousse*. Tourism- Passport to Development, Published for the World Bank and UNESCO, Oxford University Press: 285-304.

Japan International Cooperation Agency (JICA).1996. *The Study on the Tourism Development Plan in the Hashemite Kingdom of Jordan*. Ministry of Tourism and Antiquities, Amman. Final Report.

Keynes.J.M.1936.*The Theory of Employment, Interest and Money*. London: Macmillan.

Negi, J. 1996. *Tourism and Travel.* Gitanjali Publishing House, New Delhi, Third Edition.

Pearce, D. 1981. *Tourist Development*. N.Y.

Sanford, D. and Doug, H. 2000. *Investment in Familiar Territory: Tourism and New Foreign Direct Investment*. Tourism Economics. Vol. 6. Issue. 3: 205-219.

Swarbroke. J., Horner. S. 1999.*Consumer Behaviour in Tourism*. British Library Cataloguing in Publication Data.

Abstract

Safouri, Qusai Omar

The Role of Tourism Sector, Facilities and Services in the Jordanian Economy : "from sector workers point of view"

A Master thesis, Yarmouk University. 2006

(Advisor: Dr. Ahmad Thiab Al-Raimony)

This study aims at recognizing the role of tourism sector, facilities and services in the Jordanian economy through analysis of data and opinions of workers in the Jordanian Ministry of Tourism and Antiquities, hotel sector and tourism agencies employees. In addition, through analysis of formal tourism data to unveil and determine the economical as well as the social, cultural, environmental and political role of tourism sector, attraction and the level of services available to tourists in the tourism attraction sites in Jordan. This study also aimed at investigating presence of significant differences of sample subjects regarding the study hypotheses resulting from personal variables of sample subjects.

The study population included employees at Ministry of Tourism and Antiquities, administrative employees in hotels sectors and Jordanian tourism agencies' employees. The ministry center and all tourism directories connected to the ministry were chosen for the study. A percentage of (30%) for each group of the hotel groups rated five to one star, which counted (198) hotels and a percent of (30%) of total tourism agencies that counted (431) agency in Jordan were randomly selected to be used for sample selection. The study sample included (556) subjects to whom questionnaire was applied.

The results of the study showed that tourism sector contribute in supporting the governmental budget, reducing the shortage in the Jordanian balance in payments, providing job opportunities for skilled and unskilled labor, reducing unemployment rate and financing the economical development projects with international currency. The results of this study also showed that there are high rates of numerous services offered to tourists. While, ancient historical places in Jordan is considered the most attracting factor in Jordan. Also, the results demonstrated that there were significant differences in the attitudes of sample subjects with differences in gender, age, scientific qualifications, marital status and experience in tourism sector.

They also showed that there were significant ($P \leq 0.05$) strong relationships among the study parameters (the economical, social, cultural, environmental and political roles, of tourism sector, tourist attractions and the level of services offered to tourists).

According to these results, the study recommends the necessity to enhance tourism sites, maintaining them, and encouraging local labor to get involved in the tourism industry. In addition to the necessity of pre-planning in tourism sector by specialized and relevant agencies, and regulating tourism sector with its hotels, restaurants and resorts.

Keywords: Tourism, Jordanian Economy, Tourism Services.